松原市産業振興ビジョン（最終案）

目次

1. 産業振興ビジョンの策定にあたって

1-1. 策定の背景

松原市は、かつては摂津・和泉・南北河内、大和を結ぶ街道の結節点であり、鉄道の発達とともに大都市（大阪市）中枢への近接性と直結性を活かして、特に昭和 30 〜 40 年代の急速な都市化の進展によって、郊外住宅と中小製造業のまちへと変貌してきました。そのため、農地、集落と新興住宅地、産業立地が混在し、産業活動にも様々な問題を抱えています。

近年は、高速道路、幹線道路の整備の進捗によって広域アクセスの利便性が飛躍的に向上するとともに、大学の立地や駅前周辺の再開発などを通じて、成長の時代から安定した持続性をめざす時代へと移る時代潮流の中で、持続可能なまちの姿を整えつつある過渡期にあります。

長期化する景気の低迷や円高基調、アジアをはじめとする新興国の台頭や貿易自由化への流れの中で、新たな時代の松原市産業への想像力と行動力が、今、強く求められています。

1-2. 計画の位置づけ

ここに策定する「松原市産業振興ビジョン」は、「第 4 次松原市総合計画」の「産業部門」における具体的な施策の実施のための指針です。

1-3. 策定の方法と経過

「松原市産業振興ビジョン」は産業関係者、学識経験者および一般公募市民委員よりなる「産業振興ビジョン策定委員会」での審議を通じて、市内事業所（農業・工業・商業・サービス業）の皆様へのアンケートなどをもとに、平成 23 年 9 月に検討に着手し、パブリックコメントおよび市議会への報告を経て策定します。

1-4. ビジョンの目的

この「松原市産業振興ビジョン」は、「松原市第 4 次総合計画」を踏まえつつ、その産業部門の政策方針をより具体的に示すために、松原市と産業の現状・動向から、現時点での課題を明らかにし、松原市がめざす、松原市の産業の方向性をより具体的に描くことを目的としています。

そのために、松原市とその産業の現状と動向から課題を把握し、この課題を解決するための実現可能な取り組みを列挙するとともに、これを体系的に整理します。この施策体系をもとに、効果が期待でき優先して進めるべき取り組みを抽出・統合することにより、行政、事業者、市民・地域、大学など、各主体の行動と連携の指針を示します。

2. 松原市と産業の現状と動向

まず、統計データから知ることができる松原市とその産業の現状と動向から特徴的なことがらを整理します。

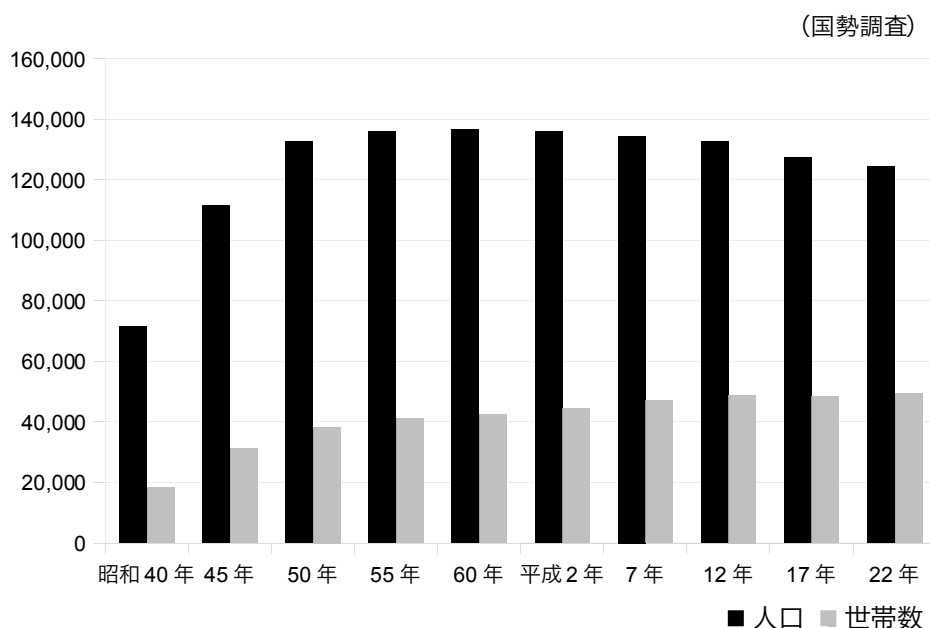
2-1. 松原市の現状と動向

(1) 人口と世帯

松原市の人口は、高度経済成長（昭和 30 ～ 40 年代）に、大阪市などへの鉄道利便を背景とする急速な市街化の進展にともなって大きく増加して来ましたが、昭和 60 年頃から減少基調に入り、現在も緩やかな減少傾向が続いています。

一方、世帯数は平成 12 年まで一貫して増加し、同年から平成 17 年にかけて一旦減少に転じたものの、平成 17 年から 22 年には再び増加しています。

また、高齢化と少子化は急速に進行しており、その進行の度合いは、近年、次第に大きくなっています。

＜人口と世帯数の推移＞

(2) 人の動き

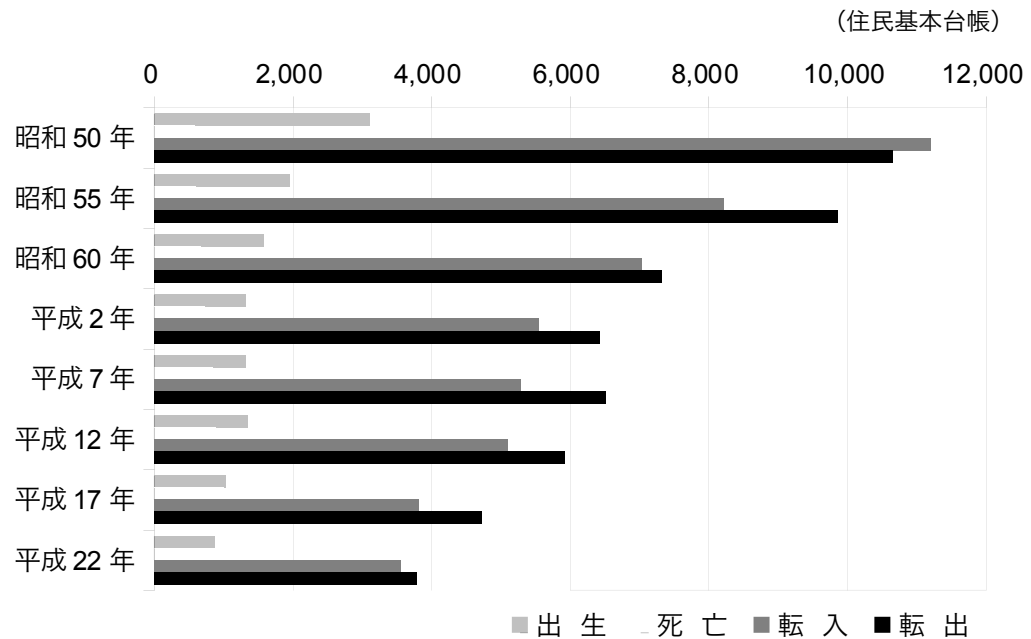
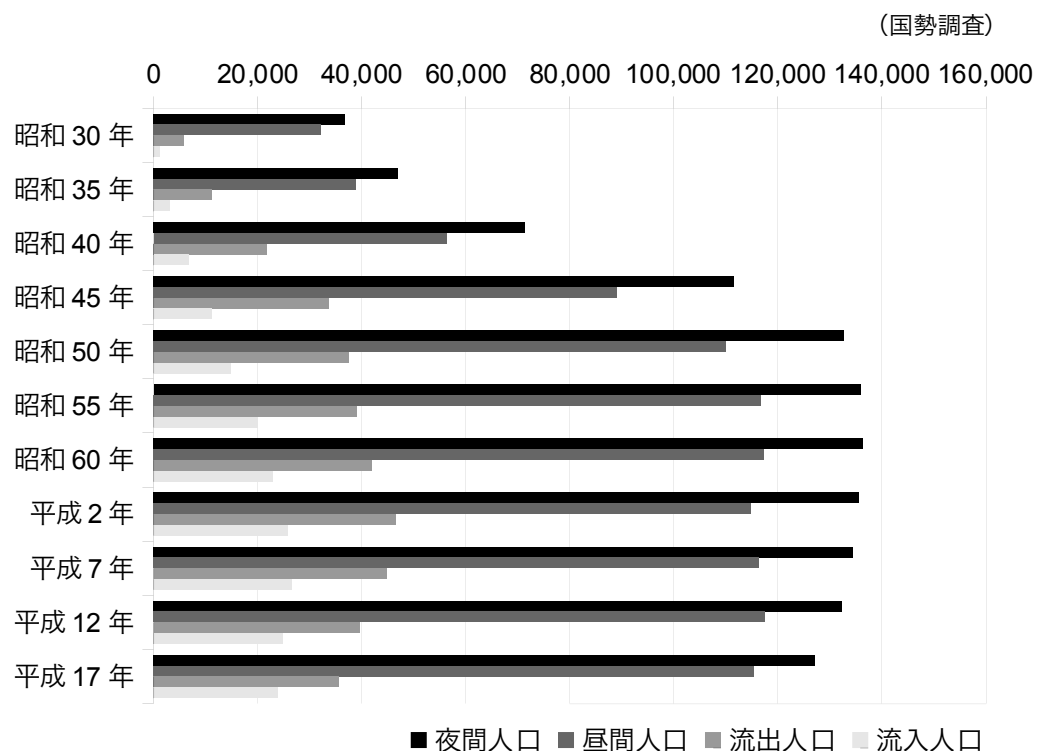
市街化の進展による人口増加が続いていた期間には、一貫して市外から松原市への転入（引越）が転出を上回っていましたが、昭和 50 年に転出が転入を上回り、以後、この傾向が続いています。また、それまでは出生数が死亡数を上回っていたため人口減少は進みませんでしたが、平成 17 年には死亡数が出生数を上回り、現在の松原市は、自然動態（出生／死亡）、社会動態（転出／転入）ともに人口を減少させる傾向にあります。

一方、毎日の人の動き（通勤・通学など）による人口変化を示すデータでは、全体として一貫して夜間人口より昼間人口が少なく、松原市外へ通勤・通学する人が多いことを示しているものの、近年、夜間人口と昼間人口の差は縮小しています。これは、依然として通勤通学による流出が大きいものの、大学の立地などによる近隣からの流入も少なくないためと考えられます。また高齢化の進行に伴う通勤者の減少も要因として考えられます。

＜人口動態の推移＞

（住民基本台帳）

＜昼間・夜間人口と流出入＞

（国勢調査）

(3) 都市の基盤と機能

松原市（特に近鉄沿線）は、大阪市（阿部野橋）へ 10 分程度の直結性、近接性が大きな特徴です。また、近年は、高速道路、幹線道路の整備によって、広域交通網への直結性が高まっています。現在進められている阪神高速大和川線の整備によって大阪湾岸地域（工業・港湾地域など）へのアクセス性の向上が期待されます。

一方で、既成市街地では生活道路の狭小さ、住宅や商店の密集、農地・工場などと住宅の混在が顕著です。そのため、混雑や渋滞が産業活動にも影響を及ぼしています。

駅前周辺には古くから商店街が形成され、生活サービス機能も集積しています。河内松原駅や河内天美駅の周辺では都市再開発などによって新しい商業・サービスの拠点が形成されていますが、一方で、旧来からの商店街は、一部を除いて以前のような「にぎわい」は見られません。

整備された幹線道路沿道では、工業・卸売業や運輸業などの事業所とともに、沿道型の商業サービスの立地が進んでいます。また、大学（阪南大学）の立地によって、新たな知と人材が松原市に登場し、その活力と可能性の活用が期待されています。

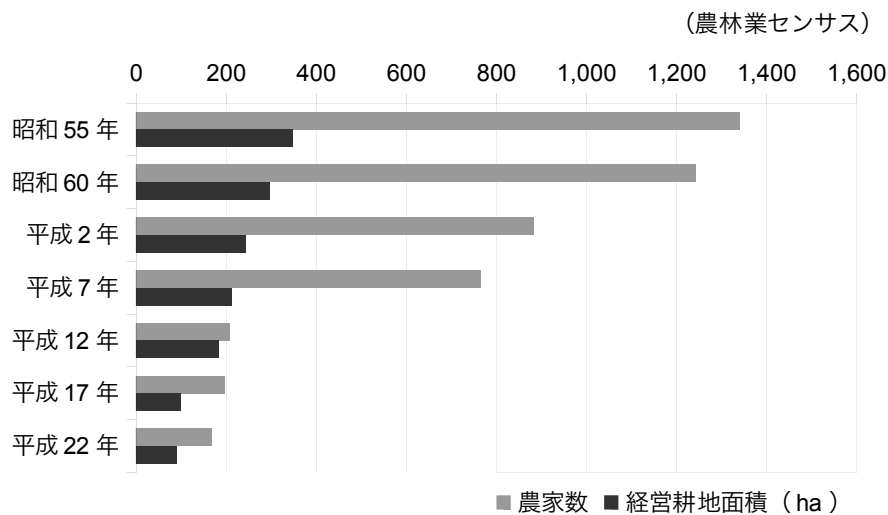
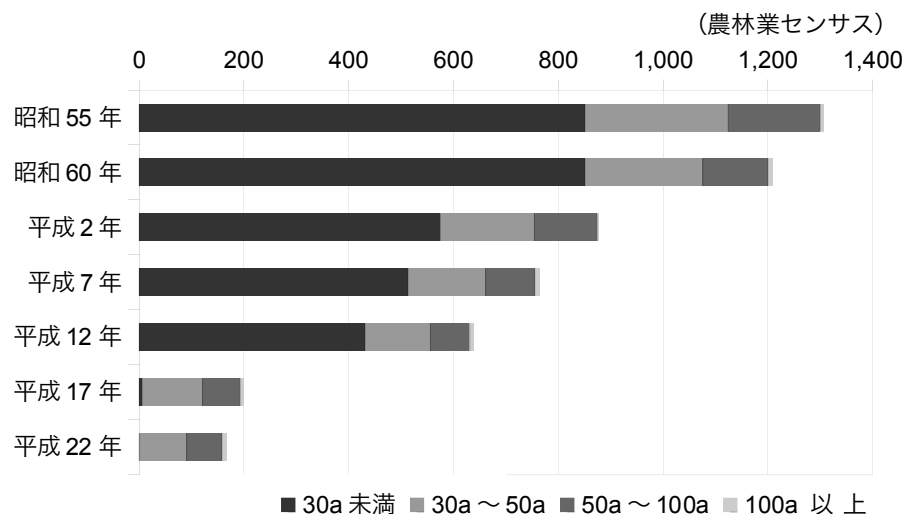
2-2. 松原市産業の現状と動向

松原市の産業全般では近年、農業、工業、商業のいずれにおいても産業規模の縮小が見られます。小規模な事業所が減少する一方で、中規模以上の事業所が増加しており、業種別では、製造業など「ものづくり」産業から、ソフト産業（サービス業など）への移行が見られます。

(1) 農業

松原市の農業では近年、農家数、経営耕地面積ともに一貫して減少しています。

しかし、一定規模以上の「中核的農家」の数は安定しており、なお、意欲的な農家が存在していることが伺えます。

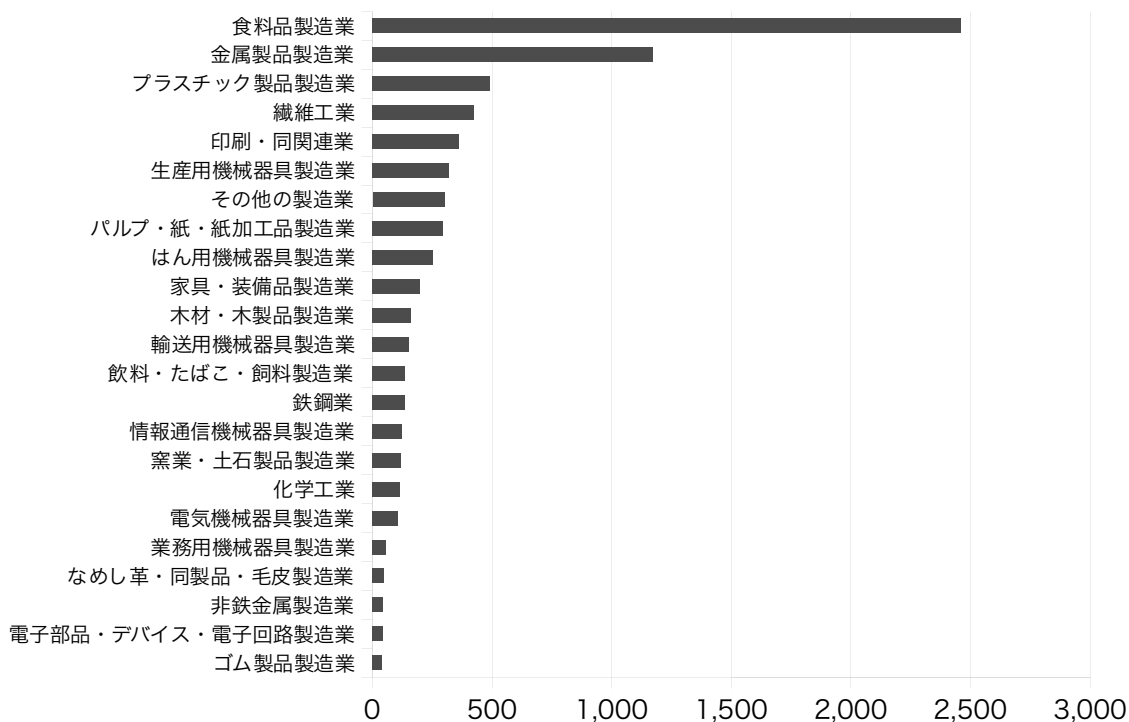
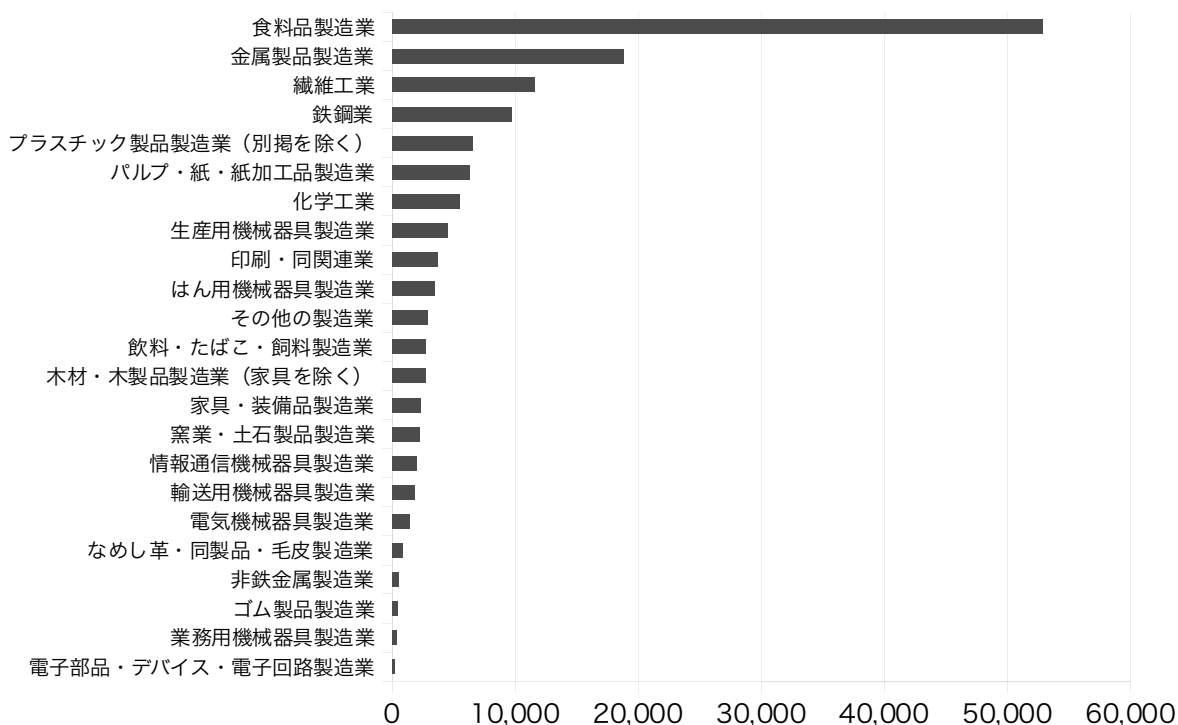
＜農家数と経営耕地面積の推移＞

＜経営耕地規模別の農家数の推移＞

※平成 12 年以降の農家数の計数方式の変更について

平成 12 年以降の農林業センサスでは「自給的農家」の取扱いを順次、簡素化しているため、それ以前の農家数と統計上の大きな格差が現れています。

(2) 工業

松原市の工業は、金属製品・機械器具・食品・プラスチックなどの中小工場が多いことに、大きな特徴があります。近年は、大規模工場の立地により、従業員と出荷額で「食品」のシェアが高くなっています。

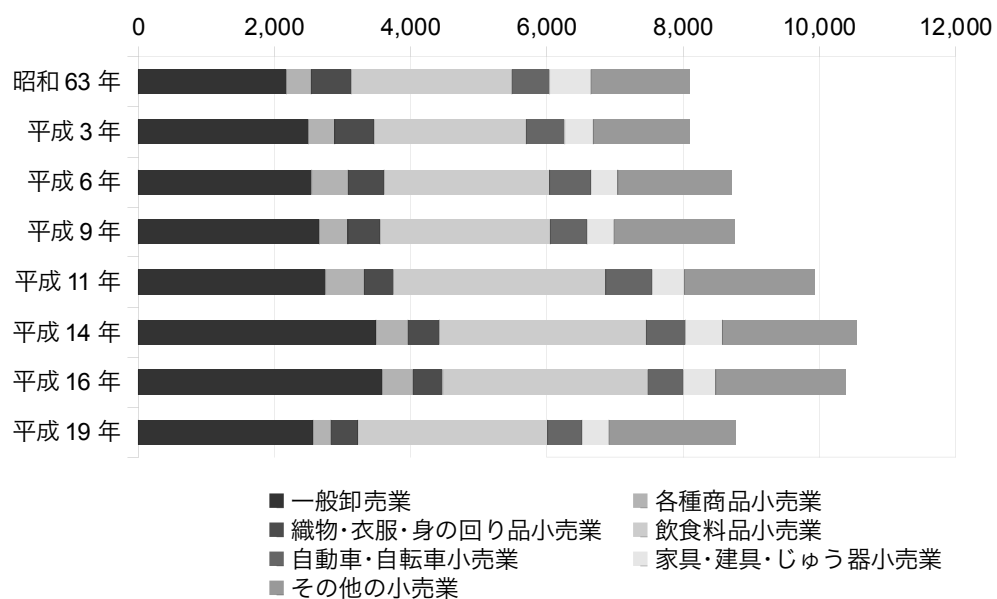
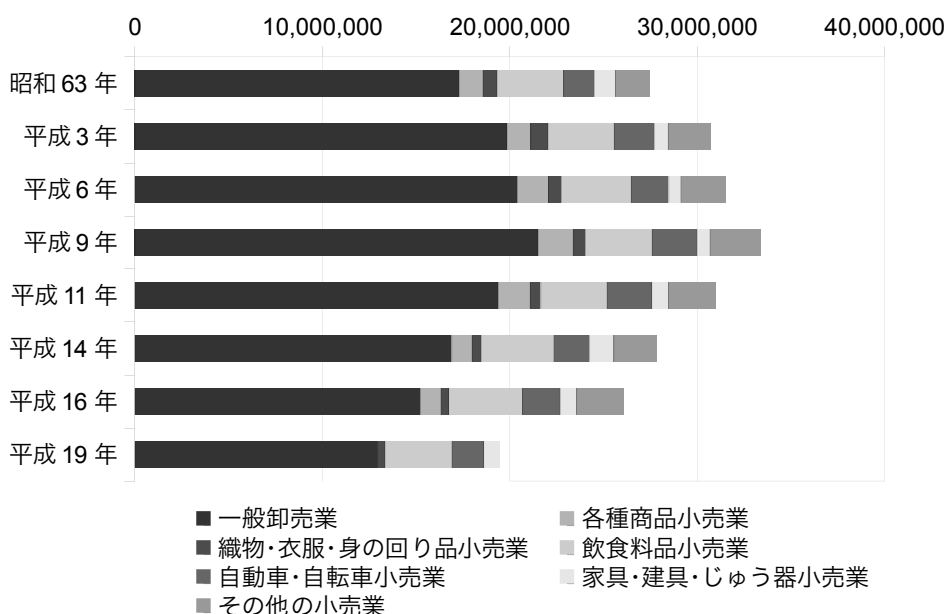
主に小規模事業所の減少に伴って、事業所は減少を続けていますが、従業者・出荷額は近年、安定して推移しています。

＜業種別の工業従業者数＞　（工業統計　平成 21 年）

＜業種別の工業製品出荷額（百万円）＞　（工業統計　平成 21 年）

(3) 商業

松原市の商業は、店舗数が昭和 63 年以降、減少を続けています。特に小売店舗の減少が顕著であり、その中でも飲食料品小売店の減少が目立っています。

従業者数、販売額は平成 12 年頃まで増加していましたが、これも近年は減少しつつあります。しかし、店舗数が大きく減少している飲食料品小売でもそれほど大きな減少はなく、全体として、小規模な店舗から比較的大規模な店舗への移行が進んでいることが伺えます。

また、松原市の商業では、特に販売額において、卸売業の占める割合が非常に高く、広域物流の利便性を反映しているものと考えられます。

＜業種別の商業従事者数の推移＞　（商業統計）

＜業種別の商業販売額の推移（万円）＞　（商業統計）

2-3. これまでの松原市の産業振興施策

松原市では、近年、以下のような産業振興施策を実施しています。

(1) 農業振興施策

大阪中河内農業協同組合が主体となって、市が補助を行う事業として「地場農産物啓発事業」「特色ある農業づくり対策事業」「農地保全対策事業」「都市近郊農業 PR 事業」を実施しています。

また、松原市の単独事業として農業生産の基盤及び環境整備を図る為の「農業用施設整備事業」を行っています。

(2) 工業振興施策

「中小企業融資事業」は、中小企業者向けの金融サポートとして、松原市の融資制度を創設し保証料や利子の補給を行い、利用者の負担軽減を行うものです。

「意欲ある事業者経営支援事業」では、積極的にビジネスマッチングや企業ＰＲに取り組む事業者への支援として、大規模な商談会や常設の展示場への出展に要した経費の一部の補助をしています。

「小規模事業者経営支援事業」では、商工会議所が小規模事業者に行う経営支援事業を展開しており、これに対して補助を実施しています。

(3) 商業振興施策

「地域商業活性化事業補助事業」として、商店街等の実施するにぎわいづくりのための催事事業や、商業機能の充実と商業施設の整備を目的として、商店街の街路灯や防犯設備の設置に対して補助を行っています。

3. 産業振興の政策枠組みと課題

第４次総合計画および松原市の現状、事業者の意見等を踏まえて、産業振興の基本的な方向を以下のように設定します。

3-1. 総合計画における方向づけと目標

松原市第４次総合計画では、産業振興に関連する施策の枠組みを以下のように示しています。なお、この「松原市産業振興ビジョン」においても、施策の枠組みとして以下の体系を踏襲することとします。

基本目標４：利便なまち、元気で活力あふれるまちづくり

基本方針１：地域経済と雇用を支える産業の振興を図ります

目標：市内で就労する人の数→増加させる

1. 地域経済を担う中小企業の振興
 1-1. 中小企業振興の推進
  中小企業の地域経済における重要性の認識
  中小企業振興の総合的な推進（関係主体の役割、施策の基本事項の明確化）
 1-2. 企業誘致と雇用創出
  高速道路等に恵まれた立地の活用
  新たな雇用の創出により地域の活性化
2. 商業サービスの充実
 2-1. 地域生活を充実する商業振興の奨励
  地域生活に密着した駅前周辺の商業集積
  地域に根ざした商業振興、駅前商業集積の活性化
  駅前立地を活かすサービス産業環境の充実
 2-2. 商業集積地の形成
  購買力の市外への流出の抑制
  生活ニーズに応える商業サービスの誘導、商業集積地の形成
3. 都市近郊型農業の振興
 3-1. 都市近郊型農業の振興
  都市近郊型農業の（特性を今後も）活用
  産地から消費者への「近さ」「早さ」を活かす野菜などを中心に
  農産物の加工、地産地消の推進
 3-2. 生産緑地の保全
  市街化区域内に生産緑地（農地）が残存
  洪水防止機能、景観形成機能などを有する
  市街地の農地として保全、活用

基本方針２：今あるまちの資産を再編し、松原らしい元気なまちの資産へと再生します

目標：松原ブランド認知度→向上させる

4. まちの魅力づくり

4-1 松原ブランドの確立

「ものづくり」「ことづくり」「ひとづくり」

産学官の連携によるブランド化（ブランド形成）のための支援体制

まちのイメージづくり、人材の育成

基本方針３. 幹線道路沿道を活用して土地の計画的有効活用を図ります

目標：土地利用プランに適した幹線沿道の利用率：0(H22) → 30% (0.72km/2.4km ※)

5. 計画的沿道土地利用の誘導

5-1. 幹線沿道土地利用プランの作成

幹線道路沿道における大規模集客商業施設、物流施設や工場等の土地利用

※幹線沿道の利用率の数値について

想定している幹線道路は、阪神高速大和川線側道の堺松原線と交差する河内長野線です。

その市内の道路延長が 1.2km あり、その両側の沿道 2.4km を母数としています。

3-2. 松原市の産業振興への課題

統計資料、現地踏査および松原市の事業者のみなさんを対象に実施したアンケート調査をもとに、松原市における産業振興への課題を、以下のように抽出します。

3-2-1.「地域経済を担う中小企業の振興」について

「中小企業」には、工業以外の業種も含まれますが、ここでは製造業を中心とする「工業」に着目します。

(1)3 割近くが縮小を経験し、今後も縮小を予想

工業の事業規模は近年、約 3 割の事業所で「縮小」の傾向にあります。また今後の見通しでも、縮小傾向を予想する事業所が多くなっています。

(2) 約半数が事業環境に問題あり

事業環境については、約半数の事業所が「問題あり」としています。また約 2 割が「難しい問題がある」としています。

問題の内容では、物流に関する道路の渋滞や整備の遅れ、通勤の不便さや交通の安全をあげています。従業員確保では、従業希望者は多いものの求職者側の「意欲・姿勢に問題あり」とするものが多くなっています。

(3)3 割強が連携に関心あり

産業間連携や産学連携について、約 4 割が「関心なし」としているものの、すでに連携実績があるものが約 1 割あり、さらに 3 割強の事業所が「経験はないが関心あり」としています。

また、9 割近くが松原市の産業振興施策を「活用したことがない」としています。

(4) 産業用地、資金、都市基盤への要望

重点とすべき産業振興施策では「産業用地の供給」が最も多く、これに融資・保証など「資金」面での支援、道路などの「都市基盤の整備」が次いでいます。

また、企業間連携などの「交流の場」、「地域販路の拡大」も比較的多くなっています。

(5) 海外移転の傾向は少ない

すでに海外移転を進めている事業所は 1/20 程度で、「検討中」が約 1 割、約 6 割が「可能性なし」としています。

(6) 広がる需要縮小の影響と懸念

これまでと今後の事業動向の要因については、近年の需要縮小、特に納入先の大企業などが生産拠点を海外に移転し、現地調達を進めていることによる影響が顕著です。また今後の見通しでは、円高基調の継続や国内需要の伸び悩みに加えて、少子化や低所得化による影響が懸念されています。

(7) 多くの問題を抱える事業用地

事業環境の問題については、用地の立地環境に関連するものが多く、「狭さ」「住宅地との混在」「計画道路等の未整備」「近隣からの苦情」などを問題とするものが多くなっています。

(8) 工業団地など、工業のための「まちづくり」

上記の用地問題とも関連して、重点とすべき産業振興施策では、「工業団地」などの用地確保、道路整備、住宅地との混在の解消などに多くの希望があります。また、資金面での支援、企業間連携やマッチング支援、地域産品の紹介への支援などもあります。

(9) 多くの潜在する特殊技術

アンケートでは、77 件の回答のうち 22 件で「特殊技術・独自技術」の回答がありました。実際には更に多くの技術資源が潜在しているものと考えられます。

(10)「ものづくり」への政策と一貫性を

全般への意見では、上記の用地や道路などへの意見の他に、松原市の産業振興政策に対して、「ものづくりへの注目」、政策の「継続性」「独自性」、またネットを活用する「人材・技術」の情報の流通・共有、「住みやすさ」を重視するまちづくりなどへの意見がありました。

3-2-2.「商業サービスの充実」について

アンケートでは「商業」「サービス業」は異なる様式で回答を求めていますが、その共通部分を中心に、ここでは一括して整理します。

(1) 個人経営の小規模な商店、法人経営の卸売・サービス

小売店では個人経営の店舗が多く、卸売および法人向けサービスでは法人経営が多くなっています。いずれも従業員規模は小さなものが多く、派遣従業員やパート・アルバイトも多くありません。

(2) 縮小傾向の事業規模

商業では４割､サービス業でも４割弱の事業所が｢縮小しつつある｣と答えています。今後の動向予測でも「縮小」を予想するものが多くなっています。

ただし、サービス業では２割強が「拡大が期待できる」としています。

(3) 人口減少・産業低迷の影響が大きい

商業では８割強、サービスでも８割弱が「人口減少・産業低迷」を問題としており、その中でも「難しい問題がある」とするものが半数を超えています。

個別の事業環境では、商業では幹線道路への満足度は比較的高く、商業・サービスとも「通勤や来店の交通」の便や安全性の問題が意識されています。

地域人材では、商業に比べてサービス業で、「優れた人材が確保できている」とする評価が高くなっています。

(4) 比較的高い連携への関心

産業間連携や産学連携については､連携経験のある事業所は少ないものの､商業･サービスとも３割弱の事業所が「経験はないが関心あり」としています。

また､松原市の産業振興施策の活用経験では､商業で約６割､サービスで７割以上が｢活用経験なし」としています。

(5) 強く望まれる「少子高齢化対策」「商店会再生」「基盤整備」

重点とすべき産業振興施策では、商業・サービス業ともに「少子高齢化対策」が最も多くなっています。このことからも、事業環境への評価要因がハード環境や直接的な支援施策よりも、市場としての地域状況の動向にあることが伺えます。

また､商業では｢商店会再生｣｢まちづくり｣｢商業用地｣が､サービス業では｢都市基盤｣｢商業用地」「まちづくり」などが多くなっています。

(6) 景気低迷と少子化による需要縮小と、高齢者市場への期待

近年および将来の事業動向の要因について、商業・サービスとも「景気低迷」「人口減少」を主因とする需要縮小と顧客の減少、特に法人需要の縮小が、事業縮小の要因としてあげられています。また、商業では消費者のニーズの多様化に対応できず「大都市への流出｣｢ネットや通販」を招いているとの認識も見られます。

その一方で、高齢人口の増加を「チャンス」と考えている事業者も、サービス業を中心に見られます。

(7) 変化への対応に追われる

人口減少や需要縮小とともに、社会や生活の変化が、特に商業や生活関連産業に大きな負担となっています。デジタル化、オール電化、ネットの普及、規制緩和などによって、従来のような経営が成り立たない時代が浮き彫りになります。

(8)「定住促進」は、魅力ある「まちづくり」から

重点とすべき産業振興施策への意見では、商業で、居住環境、子育て環境、教育、景観、娯楽などソフト面を重視する「まちづくり」への意見が多くありました。

サービス業でも「定住促進」「子育て環境」などを基調とし、景観や都市の魅力づくり、スポーツやイベント、ブランド戦略によって、松原市そのものの「魅力の向上」を求める意見が多くあります。

(9) 元気な商店街を、行政・事業者の協働で

全般的な意見では、商業で「空き店舗対策」など「商店街」の再生を中心に「まちづくり」を総合的に考えるべきとの意見が多く、サービス業ではこれらとともに、松原市をはじめとする「行政」の戦略性・指導力・スピード感を求める意見がありました。また、ブランド形成や魅力的なイベントづくりを求める意見もあります。

いずれも、事業者と行政が協働して、市民の潜在的（または流出している）なニーズを発掘（活用）する必要性を示していると考えられます。

3-2-3.「都市近郊型農業の振興」について

(1) コメ・野菜が中心の農業

松原市の農家では、コメを作っている農家が８割以上であり、コメを作る農家のうち半数程度の農家がコメとともに野菜や雑穀・イモ・豆類を栽培しています。

(2) 近年、農地を縮小して来た農家は少ないが、将来に不安あり

ここ 10 年、農地規模を維持または拡大して来た農家が全体の７割です。しかし、将来については半数の農家が「縮小を余儀なくされる」と感じています。

(3) 日照、用水、道路に問題あり

農地環境に問題があるとする農家が、７割を占めています。その内２割は「非常に大きな問題がある」としています。また、問題の内容では「日照」「用水」「作業道」が多くなっています。

(4) 約 1/4 が連携に関心あり

これまでに産業間連携や産学連携の経験がある農家は非常に少ないものの、「関心あり」とする農家は約 1/4 あります。また、松原市による農業振興施策を活用したことがある農家は、全体の 1 割未満です。

(5)「農業基盤」「販路拡大」「農地集約」「都市基盤」「まちづくり」を

今後重点とすべき農業支援施策では、「農業基盤（ほ場・農道・用排水など）」が最も多く、これに「販路拡大」「都市基盤（道路など）」「まちづくり（地域連携や組織づくりなど）」が次いで多くなっています。

(6)「高齢化」「後継者」「相続」「経営難」と「都市開発」

今後の農業経営の変化を予想する理由では、農業者自身の「高齢化」と「後継者」の問題が大きく、相続税や市街化区域内農地の固定資産税も負担になっています。また、コメを中心とする農業では収益性が低いことも問題とされています。また、幹線道路整備などに伴う農地の喪失が今後も続き、規模縮小を余儀なくされることも懸念されています。

販路拡大や地産地消に関連して、より大規模な「直売所」などの整備を望む意見が多くあります。

(7) 農業への周辺住民の理解不足

農業環境の問題点では、上記の他に、周辺住民などからの苦情（煙、ほこり、騒音など）やペットの糞尿、ゴミ投棄、作物の盗難など、市民などの農業に対する理解や協力の不足を問題視するものが多くあります。

(8) 農業を続けたい気持ち

産業振興ビジョン全般への意見では、農家のみなさんの「農業を続けて行きたい」と言う気持ちが強く伝わって来ます。そのための問題としては「産業として成り立つ（生計が立ち行く）農業」であることが強く求められ、都市化を優先する政策にも疑問が持たれています。

3-2-4.「まちの魅力づくり」について

特に、商業・サービス業からの意見に「まちの魅力づくり」への提案が多く見られました。

狭い生活道路、混在・密集する市街地などについて、実際の機能上の問題とともに、松原市の「イメージ」への危惧が見られます。

また、人口減少や少子高齢化との関係で「定住促進」が重視されており、これも従来型の「住宅供給」ではなく、また用途地域や再開発などの都市計画的手法だけではなく、「住みやすいまち」「住みたくなるまち」となるためのハード／ソフトを含む「魅力向上」が指向されています。その中には「子育て環境」「教育」「楽しいエンタテインメントやイベント」なども含まれます。

これらは総合して「まちづくり指向」と呼ぶことができます。

その「まちづくり」の象徴的な場として「商店街」がイメージされています。空き店舗が多くなった商店街に危機感を感じる一方で、駅前周辺の市民が集いやすい立地を活かす可能性を感じているものと推測できます。

また商店街の再生（特に空き店舗活用）において、大学と学生の参加と協力が強く期待されています。

3-2-5. 計画的沿道土地利用の誘導について

アンケートを通じて、特に工業と農業において「土地利用」についての関心が高いことが確認されました。また双方で「住宅地との混在」による問題を抱えている他、特に工業では、幹線道路の整備が進む一方で、事業所近傍の道路の狭さなどが大きな問題としてあげられています。

工業では、比較的明確に「工業に特化した用地の確保」と「事業拡大を柔軟に行える土地利用や用地供給」が求められており、これを象徴する言葉が「工業団地」です。

一方、農業では、都市化の急激な進行による農地縮小への圧力は、一部の幹線道路整備区域を除いては、それほど強く意識されていません。むしろ、農業者自身の高齢化や後継者難、相続問題などの内在的な理由から耕作規模の縮小を余儀なくされる場合が多いと考えられています。

こうしたことから、計画的な土地利用が求められている区域は、幹線道路沿道のみではなく、農地・工場・住宅などがモザイク状に混在している地域全体が問題とされていると考えられます。

4. 松原市産業振興ビジョン

松原市第４次総合計画が示す政策の基本方向を踏まえて、これらの課題に的確に応え、松原市の産業振興を具体的に進める指針として、以下の「ビジョン」を掲げます。

この「ビジョン」は、あくまでも、松原市が掲げる産業振興政策の基本理念であり、その具体的な展開は、後述の「アクション」および「プロジェクト」として示します。

4-1. 産業振興のテーマ

4-1-1. 全体テーマ

厳しい経済状況が続き、今後も急速な回復を期待することは難しい状況でも、松原市の産業は新たな価値を生み出し、継続と発展を目指します。しかしそれはそれぞれの事業者が単独で行うことだけではないはずです。産業どうしの間で、産業と市民・地域コミュニティの間で、相互理解を基礎とした連携と協働が不可欠です。

松原市は、多様な事業者と市民の間での連携の舞台をつくり、そこから生まれる協働の可能性を育むことを通じて「元気な産業まちづくり」を支援します。

「産業・市民・行政の協働で育む、
生活が便利で、産業が元気なまち・松原」

4-1-2. 部門別テーマ

(1) 地域経済を担う中小企業の振興

「ものづくり環境の整備と企業誘致で伸びる地域経済」

(2) 商業サービスの充実

「暮らしと企業活動に新たなプラスアルファを提供する商業サービス」

(3) 都市近郊型農業の振興

「市民の暮らし、やすらぎの景観を支える、創意と活力に満ちた農業」

(4) まちの魅力づくり

「市民が集い、企業が交流し、楽しさと魅力が人を集める、まちづくり」

(5) 計画的沿道土地利用の誘導

「農業・工業・居住がその価値を認め合い、のびのびと共存できる土地利用」

4-2. 産業振興の 3 つの視点

産業振興施策を具体的に立案し、体系化するにあたって、松原市は、以下の 3 つの視点を重視します。

(1) 自ら考え、行動する事業者の挑戦を支援します

産業の活力を高めるためには、まず何よりも、事業者自身の「挑戦する意欲」が必要です。単に現状の産業活動を維持することに留まらず、挑戦する意欲と、実現への計画性を持つ事業者を、積極的に応援します。

(2) 市民の雇用と生活の質を支える産業を支援します

松原市が産業を支援する目的は、市民としての事業者の意欲を活かすと同時に、多くの「働く市民」を通じて､産業の活力を「まちの活力」につなげるためでもあります。そのために、松原市は、松原市民の雇用と働きがい、松原市民の豊かで楽しい、安心できる生活を支える事業者を、積極的に応援します。

(3) 産業活動の展開を阻害しない地域環境を創ります

松原市は、過去数十年、急速な都市化が進んだために、都市の機能や環境、景観などに課題を抱えており、産業活動や市民生活に影響をおよぼしています。成長の時代から「持続可能性」を目指す時代に入った今、松原市は地域や市民の協力も得ながら、産業活動をのびのびと展開できる「まちづくり」を進めます。

4-3. 産業振興の目標

(1) 目標年次

この松原市産業振興ビジョンの計画目標年次は、松原市第 4 次総合計画との連動を重視して**「平成 30 年度末」**とします。

よって、以下に示す「産業振興アクション」に基づく松原市の施策は、平成 24 年度から平成 30 年度の 7 カ年に、その緊急性および重点性、相互関連性に十分配慮しつつ、順次実施することとします。

(2) 基本的な目標指標

松原市産業振興ビジョンの実施によってその実現をめざす「目標指標」を、以下のように設定します。

松原市内の事業所等における総従業者数：約 45,000 人　→増加

販売額 300 万円以上の農家数：19 戸　→増加

工業事業所の従業員当たり出荷額：約 1,900 万円　→増加

卸売店の従業者当たり販売額：約 5,000 万円　→増加

小売店の従業者当たり販売額：約 1,600 万円　→増加

サービス業の従業者数：約 16,000 人　→増加

松原市民の市内就業率および実数：44.2%（約 25,000 人）　→増加

※目標指標の基礎としている現況数値の出典および採用数値の詳細については、巻末 p35 に記載する。

5. 産業振興アクション

このビジョンを実現するために、松原市は、みなさんとの連携と協働の中で、以下の施策を推進します。また、ここに示す 45 の施策について、今後更にその期待効果と優先度を検討し、総合的に連携を図りながら、みなさんとともに進めます。

> 施策のタイトルに☆印を付したものは第４次松原市総合計画に掲げられている事項です。また、★印を付した施策は、このビジョンの検討のために実施したアンケートでご示唆いただいた項目です。

☆ 5-1. 地域経済を担う中小企業の振興

「ものづくり」を中心として、技術に基づく価値創造の中核を担う「中小企業」の元気づくりを応援します。

☆ 5-1-1. 中小企業振興の推進

市内の中小企業を中心とする製造業などの優れた潜在力を活かすとともに、新たな挑戦に意欲を持つ人材の可能性をひろげます。

(1) 優れた技術・技能を活かし、育てます

松原市の中小企業には、多くの優れた技術、優れた人材があります。その価値を見つけ、共有して活かし合う仕組みや場を創ります。

> 施策１：自らの特殊技術・技能を事業者が認識する機会をつくる
> ★施策２：求める技術・技能を探し出せる仕組みをつくる
> 施策３：技術・技能を活かす新事業を育てる

(2) 新しい挑戦を応援します

新しい事業分野への挑戦や技術開発、新規開業など、意欲的な挑戦を実行に移しやすい仕組みを、既存の制度（開業資金融資補助など）も活用しながら、充実させます。

> 施策４：新分野に挑戦する意欲的な事業を育てる
> 施策５：市内企業の共同事業の企画と展開を促す
> 施策６：新たに起業する意欲ある人材を応援する

(3) 事業者の意欲を総合的にサポートします

産業分野や業界の垣根を越えて、新しい連携から可能性を見つけていただくために、また挑戦の意欲をできるだけ早く円滑に実らせるために、関係機関と連携するとともに、従来の事業（小規模事業者経営支援、農協補助事業、中小企業融資など）と統合しながら、センター的な位置づけの機関と場所を定めて、ワンストップの相談と支援の体制づくりを進めます。

施策 7：松原市・商工会議所・JA などの協働体制をつくる
★施策 8：経営・資金・人材・技術などを総合的に支援する
施策 9：ひとつの窓口で相談できる連携の仕組みをつくる

(4) 市民の製造業への理解と認識を高めます

市内の産業で働く人を増やすためには、市内の産業を「知る」機会を増やすことが非常に重要です。工場見学や中学校での職業体験など初歩的な学習機会、開設したマッキーステーション（※）の活用と展開による地域情報の発信と交流、地産地消フェアなどでの地域産品への接触機会、大学生などの本格的な職業体験実習まで、産業に触れる機会をひろげます。

施策 10：産業の現場を見る、知る、体験する機会をつくる
施策 11：まちの製品を見つけ、買える場所を増やす
施策 12：まちの産業で働いてみる機会をひろげる

※マッキーステーション

平成 22 年 12 月に締結された松原商工会議所・阪南大学・松原市の「産学官包括連携協定」に基づいて、平成 23 年 10 月に河内松原駅前「ゆめニティまつばら」３階に開設した松原市の魅力発信のための情報拠点です。

(5) 事業しやすい基盤を整えます

幹線道路沿道地区の計画的な土地利用の推進の前提となる阪神高速大和川線などの整備の状況を見据えて、これに接続する道路などの整備を促進します。

また、産業立地のメリットを高めるために、必要な基盤機能の整備を民間と連携して進めるとともに、新たな企業立地を促進していきます。

★施策 13：幹線道路ネットワークの整備を促進する
★施策 14：通勤・来店などの利便を向上させる
施策 15：情報通信機能の充実と活用を支援する

☆ 5-1-2. 企業誘致と雇用創出

新たな企業の誘致、市内企業への投資の促進などを通じて、市内での企業活動の活発化を促し、市民の雇用機会を拡大します。

(1) 成長と連携が期待できる企業の進出を奨励します

今後の成長が期待され、松原市の企業との連携による波及効果が見込まれる企業、あるいは市民生活と調和し、利便や安心を提供する企業を優先して、企業へのアプローチを強化するとともに、新たな企業立地を促進する制度づくりを検討します。

施策 16：成長と連携が期待できる企業にアプローチする
施策 17：新規産業の立地を促進する

(2) 市内企業の成長への意欲を活かします

新たな事業用地やより事業に適合した用地を求める市内企業の用地ニーズに応えるために、地権者意向調査の実施、立地マッチングの試行などを行います。また、市内企業への積極的な投資を促進する制度を検討します。

★施策 18：産業用地の情報収集と流通を促進する
★施策 19：市内産業への投資を促進する

(3) 優れた人材を地域の産業につなぎます

優れた技能を持つ人材、意欲ある若い人材を、市内の産業で活かすために、事業者と人材のマッチングの機会をひろげます。

施策 20：実績ある熟年人材を活かす仕組みをつくる
施策 21：若い技能者、企業人を育てる仕組みをつくる
施策 22：事業者と人材の交流と出会いの場と機会をつくる
施策 23：在宅などでの仕事を見つける仕組みをつくる

☆ 5-2. 商業サービスの充実

まず、地域の暮らしに密着し、消費の窓口となる小売業・商店街から、これに連なる卸売業、生活関連サービス業、企業向けサービス業など、商業サービス分野での元気づくりを応援します。

☆ 5-2-1. 地域生活を充実する商業振興の奨励

地域経済の活発化に重要な役割を果たす生活関連消費を、松原市から流出させることなく、市民のニーズに応え、より大きな満足を提供できるよう、商業・サービス業の挑戦を応援します。

(1) 市民ニーズに応える商店街の再生を応援します

市民の毎日の行き来が集中する「駅前」とそこに展開する商店街は、今後もなお、市民の生活消費を支え促す重要な商業・サービス拠点です。しかし、社会と市民生活の変化に応えて、商店街も変革を必要としています。まず消費者のニーズを知り、商店街の可能性を再発見するための活動を応援します。

★施策 24：主婦や学生の眼で商店街の魅力を創造する
★施策 25：高齢者や障害者の目線で商店街の可能性を再発見する
★施策 26：市民とともに商店街の未来をプロデュースする

☆ 5-2-2. 商業集積地の形成

駅前などの商業集積地は、商店街だけでなく「まち」全体としての魅力を持つことが重要です。商業集積地の魅力向上と機能向上を、関係者と連携・協力して進めます。

(1) 市民の生活ニーズに総合的に応えます

地域経済と地球環境のために「地産地消」が奨励されています。しかし、商品やサービスの流通は大きなメディアの情報に強く依存しているのが現状です。マッキーステーションの充実と拡大、HP 等による情報発信の充実や労働相談の拡充などを通じて、松原市の産品を松原市民に届けるために、また市民が、松原市で働き、松原市を楽しむことができるように、その情報・モノ・機会の流通を促します。

施策 27：地域の新鮮で良い品をよりお求めやすく提供する
施策 28：「働きたい」意欲をまちで活かすための仕組みをつくる
施策 29：暮らしに役立つ地域の情報を、より早く提供する

(2) みんなが集う、楽しい場所を創り出します

商業集積地は、単に買物をするまちではなく、多くの人々が行き交い、出会うことによって、楽しい出来事や新しい発見が生まれる場所になることが期待されます。地域商業活性化補助事業などを活用し、商店街の空き店舗活用をはじめとして、市民が集い、出会い、楽しい時を過ごせる場所づくりを進めます。

> ★施策 30：安心・安全・快適に買物ができるまちをつくる
> 　施策 31：買物、仕事がてらの「くつろぎの場」をつくる

☆ 5-3. 都市近郊型農業の振興

松原市の農業は、総合計画において「都市近郊型農業」と位置づけられています。その主な利点は「大規模市場への近さのメリット」です。しかしその利点を活かすためには、市場ニーズに対応する農業を行える環境が必要です。また、新鮮さのメリットを最も享受できるはずの松原市民の消費を伸ばすことも重要です。

松原市は、農地環境を守り、市場を広げ、農産物の付加価値を高める農家の意欲を応援します。

☆ 5-3-1. 都市近郊型農業の振興

住宅や工場との混在など、農地を巡る環境は厳しくなって来ました。まず、農家が安心して農業ができる環境を確保し、地産地消をベースに市場をひろげるとともに、より収益性の高い農業を育てるよう、松原市の農業を応援します。

(1) 意欲的な農家が活躍できる環境を創ります

周辺の宅地化の進展や近隣住民の農業への理解不足など、農業をしにくくしている要因を着実に改善することで、意欲ある農家を応援します。

> ★施策 32：農家が安心して農業ができる基盤をつくる

(2) 地産地消を推進します

松原市の農産物の新鮮さと美味しさを最も享受できるのは、松原市民です。松原市の農産物を買う、食べる、味わう機会をひろげます。

> 　施策 33：地域の農産物を地域のお店で買える機会をひろげる
> 　施策 34：学校給食に、外食に、地域の作物をもっと活用する

(3) 付加価値向上と販路拡大を応援します

高速道路や幹線道路などトラックでの高速輸送の発達によって、大都市（大阪）への近接性のメリットは相対的に減少しています。高速道路の結節点などの特性を積極的に活かし、より多様な市場へ、また松原市を通過する人々に向けて、販路を拡大するとともに、農産物の「松原ブランド」の認知と評価を高めます。

★施策 35：交通利便を活かす農産物の販路をつくる
施策 36：松原ブランドの産地イメージをつくる

☆ 5-3-2. 生産緑地の保全

総合計画においては「生産緑地」の保全が農地の保全政策としてあげられています。松原市は、より良い農業環境の実現のために、農地の再編・整備や市民の農業への理解の向上を進めます。

(1) 大切な農地を守ります

松原市には今も、市街化調整区域に多くの農地があり、これを潤す「ため池」もあります。

これらの市街化調整区域の優良農地の集約を図るとともに、市街化区域内の「生産緑地」を、都市環境と農業生産の両面から、市民の理解を得て守って行きます。

施策 37：優良農地や生産緑地を守る

(2) 市民の農業への認識と理解を高めます

現在、農業を体験したことがなく、ほとんど農業の現場を知らない市民が多くなりました。その理解不足のために、トラブルも発生し、地域の農産物への関心も薄れて来ました。まず、学校や地域コミュニティを通じて農業への理解と関心をひろげるとともに、農業を体験し関心を持てる機会をひろげます。

★施策 38：学校で、地域で、松原の農業を知る機会をつくる
★施策 39：農業体験で農業への関心を高める

☆ 5-4. まちの魅力づくり

産業を通じて生まれる「まちの魅力」は、産業が創り出す商品・サービス・情報が持つ実態的な価値とともに、「ブランド」としての魅力でもあります。しかし一方で、そのブランドイメージを創り出す「松原（まつばら）」という名前が持つ印象も非常に重要です。産業を通じた「まちの魅力づくり」は、「ブランドづくり」と「まちづくり」の両面から進めます。

また、阪南大学が立地していることは松原市の大きな資産です。そこに集う研究者の知識と知性、学生たちの活力と新しい視点を、松原市の産業に活かします。

さらに、人口減少が続き、市内市場が縮小している松原市では、「住み良いまち」「住みたくなるまち」をつくり、定住を促すことが大きな課題です。時代の流れの中で既存の産業や行政ができないきめ細かなサービスを身近な地域で提供する「コミュニティビジネス」の挑戦を応援します。

☆ 5-4-1. 松原ブランドの確立

(1) 松原ブランドを開発し、普及・発展を応援します

現在、阪南大学が主となり、松原商工会議所・市内企業・松原市などと連携して「松原ブランド研究会」を運営しています。今後、そのブランド価値を高め、イメージと商標などを保護する取り組みを支援します。

施策 40：松原ブランドの研究を進める
施策 41：松原ブランドを確立し、その価値を高め守る

5-4-2. 産学官連携のもとに

松原市は、松原商工会議所・大阪中河内農業協同組合（JA 大阪中河内）などとともに、阪南大学と松原市の産業の連携と協働を促進・支援し、学術的研究と産業現場での実践を融合する具体的な成果を生み出す取り組みを応援します。

また、阪南大学は松原市に立地する経済・産業・経営分野に重点を置く総合大学で、在籍する学生数は約 5 千人です。この大学の存在は、松原市の産業にとっては大きな潜在する財産であり、一層の連携と協働を進めます。

(1) 研究活動を産業振興に役立てます

大学と産業の連携を創り出すための取り組みは、すでに「松原ブランド研究会」としてスタートしており、また松原商工会議所・阪南大学・松原市は平成 22 年 12 月に「産学官包括連携協定」を締結し、「マッキーステーション」に結実しています。

今後は、この包括的な連携の枠組みを活かして、学術的関心と産業の関心をマッチングし、多様な研究開発と実践の試みが生み出される「交流と協働の場」をつくり、その活動を支援します。

施策 42：大学・地域・産業・行政の共創の場をつくる 施策 43：地域産業を大学の研究・実践フィールドに活かす

(2) 学生の発想とパワーを地域に活かします

大学の研究者コミュニティとともに、5 千人の学生もまた、松原市の財産です。また、経済・産業・経営を学び、この厳しい経済環境の中で進路を模索している学生にとって、身近な地域に経験と実践の場があることは、学生たちにとっても大きなチャンスと感じられるはずです。

市内の事業所での「インターンシップ」をはじめとして、研究からアルバイトまで、学生たちが、松原市の産業や産業人と交流・協働する機会や活動を支援します。

施策 44：大学生を地域産業にひきつける 施策 45：地域産業を学生の職業トライの場に活かす

☆ 5-5. 計画的沿道土地利用の誘導

市域が狭く、市街化が進み、平坦な地形のために新たな開発余地の少ない松原市では、事業用地を新たに確保することは容易ではありません。しかし、市内産業の成長意欲と新規産業の立地促進は、「元気な産業まちづくり」にとって大切な課題です。

まず、整備が進む幹線道路沿道地区をモデルケースとして、新しい考え方と枠組みで、計画的な土地利用の推進に、長期的な視点で取り組みます。

(1) 成長と連携が期待できる企業の進出を奨励します（再掲）

今後の成長が期待され、松原市の企業との連携による波及効果が見込まれる企業、あるいは市民生活と調和し、利便や安心を提供する企業を優先して、企業へのアプローチを強化するとともに、新たな企業立地を促進する制度づくりを検討します。

施策 16：成長と連携が期待できる企業にアプローチする（再掲）
施策 17：新規産業の立地を促進する（再掲）

(2) 市内企業の成長への意欲を活かします（再掲）

新たな事業用地やより事業に適合した用地を求める市内企業の用地ニーズに応えるために、地権者意向調査の実施、立地マッチングの試行などを行います、また、市内企業への積極的な投資を促進する制度を検討します。

★施策 18：産業用地の情報収集と流通を促進する（再掲）
★施策 19：市内産業への投資を促進する（再掲）

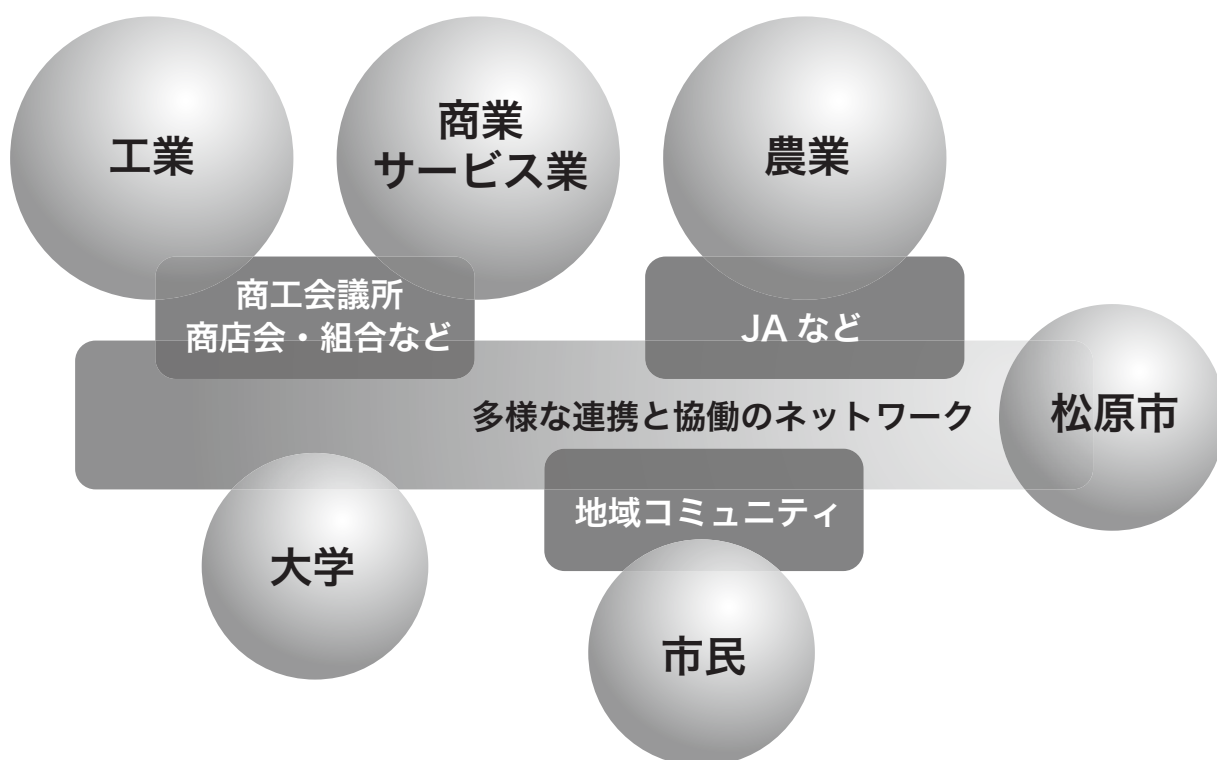
施策ごとの実施時期イメージ		短期	中期	長期
1	自らの特殊技術・技能を事業者が認識する機会をつくる	■■■	- - - -	- - - →
2	求める技術・技能を探し出せる仕組みをつくる	■■■	■■■	- - - →
3	技術・技能を活かす新事業を育てる			■■■
4	新分野に挑戦する意欲的な事業を育てる			■■■
5	市内企業の共同事業の企画と展開を促す			■■■
6	新たに起業する意欲ある人材を応援する	■■■	- - - -	- - - →
7	松原市・商工会議所・JA などの協働体制をつくる	■■■	- - - -	- - - →
8	経営・資金・人材・技術などを総合的に支援する	■■■	- - - -	- - - →
9	ひとつの窓口で相談できる連携の仕組みをつくる	■■■	- - - -	- - - →
10	産業の現場を見る、知る、体験する機会をつくる		■■■	- - - →
11	まちの製品を見つけ、買える場所を増やす		■■■	- - - →
12	まちの産業で働いてみる機会をひろげる	■■■	- - - -	- - - →
13	幹線道路ネットワークの整備を促進する	■■■	■■■	■■■
14	通勤・来店などの利便を向上させる	■■■	■■■	■■■
15	情報通信機能の充実と活用を支援する		■■■	- - - →
16	成長と連携が期待できる企業にアプローチする	■■■	- - - -	- - - →
17	新規産業の立地を促進する	■■■	- - - -	- - - →
18	産業用地の情報収集と流通を促進する	■■■	- - - -	- - - →
19	市内産業への投資を促進する	■■■	- - - -	- - - →
20	実績ある熟年人材を活かす仕組みをつくる	■■■	- - - -	- - - →
21	若い技能者、企業人を育てる仕組みをつくる		■■■	- - - →
22	事業者と人材の交流と出会いの場と機会をつくる		■■■	- - - →
23	在宅などでの仕事を見つける仕組みをつくる		■■■	- - - →
24	主婦や学生の眼で商店街の魅力を創造する	■■■	- - - -	- - - →
25	高齢者や障害者の目線で商店街の可能性を再発見する	■■■	- - - -	- - - →
26	市民とともに商店街の未来をプロデュースする		■■■	- - - →
27	地域の新鮮で良い品をよりお求めやすく提供する	■■■	- - - -	- - - →
28	「働きたい」意欲をまちで活かすための仕組みをつくる		■■■	- - - →
29	暮らしに役立つ地域の情報を、より早く提供する	■■■	- - - -	- - - →
30	安心・安全・快適に買物ができるまちをつくる			■■■
31	買物、仕事がてらの「くつろぎの場」をつくる			■■■
32	農家が安心して農業ができる基盤をつくる	■■■	- - - -	- - - →
33	地域の農産物を地域のお店で買える機会をひろげる	■■■	- - - -	- - - →
34	学校給食に、外食に、地域の作物を活用する	■■■	- - - -	- - - →
35	交通利便を活かす農産物の販路をつくる			■■■
36	松原ブランドの産地イメージをつくる	■■■	- - - -	- - - →
37	優良農地や生産緑地を守る	■■■	- - - -	- - - →
38	学校で、地域で、松原の農業を知る機会をつくる	■■■	- - - -	- - - →
39	農業体験で農業への関心を高める	■■■	- - - -	- - - →
40	松原ブランドの研究を進める	■■■	- - - -	- - - →
41	松原ブランドを確立し、その価値を高め守る		■■■	- - - →
42	大学・地域・産業・行政の共創の場をつくる		■■■	- - - →
43	地域産業を大学の研究・実践フィールドに活かす		■■■	- - - →
44	大学生を地域産業にひきつける			■■■
45	地域産業を学生の職業トライの場に活かす	■■■	- - - -	- - - →
	概略の期間イメージ	～平成 25 年	～平成 27 年	～平成 30 年

6. 連携と協働によるビジョンの推進

松原市産業振興ビジョンとこれに基づく 45 の施策は、松原市の行政が松原市の産業の活力向上のために推進し、これを通じて「生活が便利で、産業が元気なまち・松原」を実現するために掲げる行動指針です。

しかし言うまでもなく、その実現は行政の力だけで成し遂げられるものではありません。それぞれの事業者、産業界はもちろんのこと、地域コミュニティや松原市民ひとりひとりの、さまざまな形での協力、連携と協働があってはじめて実現されるものです。

そのために松原市は、産業や地域の「現場の生の声」に耳を傾け、意見の相違や目標イメージの齟齬を調整しながら、より多くの方々が、より高い水準で合意し、ともに行動できるコミュニケーションの場となる「連携と協働のネットワーク」づくりを進めます。

このネットワークを通じて、産業振興ビジョンの実現のために構築して行くべき「連携と協働」のイメージを、以下に示します。

(1) 産業間の連携と協働のために

商工会議所および JA をはじめとして、さまざまな業種・業界の団体、同業種や異業種間のプロジェクトなど、産業間の連携と協働を多様に展開し、それらの協調と試みの間に新たなつながりを生み出すことによって、それぞれの企業や事業者が松原市にともに立地する意義を高めることが、松原市にとっても非常に重要です。

松原市は、これらの団体などと緊密に協調し、その事業を支援するとともに、特にこれらの団体相互間の連携を重視して、異なる産業分野間の協働による新しい地域産業づくりを支援します。

(2) 多様性と共存を活かすために

住宅地、農地、商業地と工場などが複雑に混在・共存しているところに、松原市の特性があると同時に、松原市の産業にとっての課題もあります。しかし一方では、さまざまな機能や環境が共存している状況にはメリットもあるはずです。近くに多様な機能があり、さまざまな立場の人々が出会う機会があることは、産業にとっても多くの新たなチャンスが潜在していることを意味します。

松原市は、産業環境の課題の解決を着実に長期的な視野で進めるとともに、事業者や地域のみなさんとともに、松原市の特性である「多様性と共存」を活かす産業環境づくりに取り組みます。

(3) 産業を活かし育てるコミュニケーションのために

さまざまな機能が共存する松原市のメリットを活かすだけでなく、より積極的に、地域や市民が松原市の産業を育てることもできます。例えば、これまで松原市の外で働き、外で買物をしていた方が、松原市内で働き、松原市内で松原市の産品を購入することが、松原市の産業にとっては何よりの支援になります。

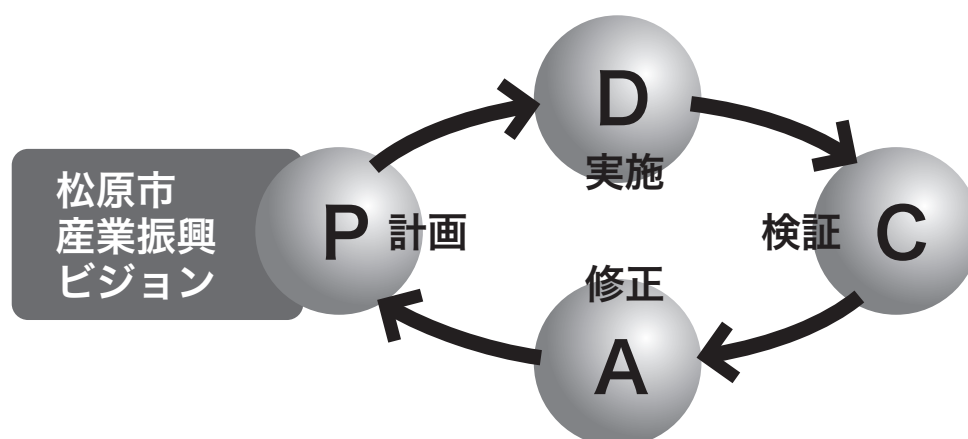
そのためには、地域や市民のひとりひとりが松原市の産業を知るとともに、松原市の企業や事業者のみなさんが、松原市民のさまざまなニーズ（需要、期待）に耳を傾けていただくことが是非とも必要です。

松原市は、地域や市民、大学や学生のみなさんと企業･事業者の方々が情報を共有し、意見を交換することで、相互理解を深める機会をひろげます。

そうした共有と理解を基礎として、より広く深いコミュニケーションを育て、松原市の産業が新たなニーズを発見し、新しい事業を展開することを支援するとともに、市民のみなさんの松原市の産業への誇りと信頼を育てます。

(4) 着実なビジョンの実現のために

産業振興ビジョンを実現するためには、その実施と進捗、効果の検証と見直しを、適切に確実に行うことが必要です。こうした計画実施の手法として「PDCA サイクル」と呼ばれるものがあります。計画（Plan)、実施（Do)、検証（Check)、修正（Adjust）を順序立てて循環的に進めることを指しています。

松原市は、みなさんとともに、この産業振興ビジョンを土台として、それぞれの施策を事業化し、その事業を確実に実施し、その効果を測定・検証し、改良すべき点を修正しながら、より効果を発揮する施策へと改善を図って行きます。

(5) ビジョンからアクションへ

まず「計画（P)」の段階では、産業振興アクションプランをつくります。

産業振興ビジョンを具体的な行動（事業の実施方法など）に展開するのが「アクションプラン」です。アクションプランでは、45 の施策を事業化し、これを実施するとともに、波及効果や相乗効果が生まれるように工夫します。

「実施（D)」の段階では、連携と協働を重視します。

アクションプランの実施においては、事業者・産業団体や地域・市民、大学や学生のみなさんが「主役」となります。松原市は、みなさんとの連携と協働を大切にしながら、事業を実施していきます。

「検証（C)」の段階では、事業の効果を定量的に評価します。

各事業の実施状況とその効果を数量的に把握するとともに、アンケートやヒアリングなどによって参加者の意見や感想などの定性的な把握にも努めます。これらのデータを統計的に分析し、また経年的な変化を把握することで、各施策レベルでの評価に繋げていきます。

「修正（A)」の段階では、アクションプランの修正を行います。

効果と課題を検証した結果を反映させ、より効果的な方法で事業を進めるために、アクションプランに修正を加え、次の段階の事業実施に活かします。

このサイクルを繰り返すことによって、各事業と施策の効果を向上させ、ビジョン全体の実現性を高めていきます。

☆5-1. 地域経済を担う中小企業の振興

☆5-1-1. 中小企業振興の推進

(1) 優れた技術・技能を活かし、育てます
- 施策 1：自らの特殊技術・技能を事業者が認識する機会をつくる
- ★施策 2：求める技術・技能を探し出せる仕組みをつくる
- 施策 3：技術・技能を活かす新事業を育てる

(2) 新しい挑戦を応援します
- 施策 4：新分野に挑戦する意欲的な事業を育てる
- 施策 5：市内企業の共同事業の企画と展開を促す
- 施策 6：新たに起業する意欲ある人材を応援する

(3) 事業者の意欲を総合的にサポートします
- 施策 7：松原市・商工会議所・JA などの協働体制をつくる
- ★施策 8：経営・資金・人材・技術など総合的に支援する
- 施策 9：ひとつの窓口で相談できる連携の仕組みをつくる

(4) 市民の製造業への理解と認識を高めます
- 施策 10：産業の現場を見る、知る、体験する機会をつくる
- 施策 11：まちの製品を見つけ、買える場所を増やす
- 施策 12：まちの産業で働いてみる機会をひろげる

(5) 事業しやすい基盤を整えます
- ★施策 13：幹線道路ネットワークの整備を促進する
- ★施策 14：通勤・来店などの利便を向上させる
- 施策 15：情報通信機能の充実と活用を支援する

☆5-1-2. 企業誘致と雇用創出

(1) 成長と連携が期待できる企業の進出を奨励します
- 施策 16：成長と連携が期待できる企業にアプローチする
- 施策 17：新規産業の立地を促進する

(2) 市内企業の成長への意欲を活かします
- ★施策 18：産業用地の情報収集と流通を促進する
- ★施策 19：市内産業への投資を促進する

(3) 優れた人材を地域の産業につなぎます
- 施策 20：実績ある熟年人材を活かす仕組みをつくる
- 施策 21：若い技能者、企業人を育てる仕組みをつくる
- 施策 22：事業者と人材の交流と出会いの場と機会をつくる
- 施策 23：在宅などでの仕事を見つける仕組みをつくる

☆5-2. 商業サービスの充実

☆5-2-1. 地域生活を充実する商業振興の奨励

(1) 市民ニーズに応える商店街の再生を応援します
- ★施策 24：主婦や学生の眼で商店街の魅力を創造する
- ★施策 25：高齢者や障害者の目線で商店街の可能性を再発見する
- ★施策 26：市民とともに商店街の未来をプロデュースする

☆5-2-2. 商業集積地の形成

(1) 市民の生活ニーズに総合的に応えます
- 施策 27：地域の新鮮で良い品をよりお求めやすく提供する
- 施策 28：「働きたい」意欲をまちで活かすための仕組みをつくる
- 施策 29：暮らしに役立つ地域の情報を、より早く提供する

(2) みんなが集う、楽しい場所を創り出します
- ★施策 30：安心・安全・快適に買物ができるまちをつくる
- 施策 31：買物、仕事がてらの「くつろぎの場」をつくる

☆5-3. 都市近郊型農業の振興

☆5-3-1. 都市近郊型農業の振興

(1) 意欲的な農家が活躍できる環境を創ります
- ★施策 32：農家が安心して農業ができる基盤をつくる

(2) 地産地消を推進します
- 施策 33：地域の農産物を地域のお店で買える機会をひろげる
- 施策 34：学校給食に、外食に、地域の作物をもっと活用する

(3) 付加価値向上と販路拡大を応援します
- ★施策 35：交通利便を活かす農産物の販路をつくる
- 施策 36：松原ブランドの産地イメージをつくる

☆5-3-2. 生産緑地の保全

(1) 大切な農地を守ります
- 施策 37：優良農地や生産緑地を守る

(2) 市民の農業への認識と理解を高めます
- ★施策 38：学校で、地域で、松原の農業を知る機会をつくる
- ★施策 39：農業体験で農業への関心を高める

工業

商業・サービス

農業

商工会議所

JA

行政

大学

市民
地域

☆5-4. まちの魅力づくり

☆5-4-1. 松原ブランドの確立

(1) 松原ブランドを開発し、普及・発展を応援します
- 施策 40：松原ブランドの研究を進める
- 施策 41：松原ブランドを確立し、その価値を高め守る

5-4-2. 産学官連携のもとに

(1) 研究活動を産業振興に役立てます
- 施策 42：大学・地域・産業・行政の共創の場をつくる
- 施策 43：地域産業を大学の研究・実践フィールドに活かす

(2) 学生の発想とパワーを地域に活かします
- 施策 44：大学生を地域産業にひきつける
- 施策 45：地域産業を学生の職業トライの場に活かす

☆5-5. 計画的沿道土地利用の誘導

(1) 成長と連携が期待できる企業の進出を奨励します（再掲）
- 施策 16：成長と連携が期待できる企業にアプローチする（再掲）
- 施策 17：新規産業の立地を促進する（再掲）

(2) 市内企業の成長への意欲を活かします（再掲）
- ★施策 18：産業用地の情報収集と流通を促進する（再掲）
- ★施策 19：市内産業への投資を促進する（再掲）

松原市産業振興ビジョン（最終案）の体系

<註>

☆：第 4 次松原市総合計画に掲げられている施策の項目

★：アンケートから示唆を得た施策の項目

※目標指標（p19）の基礎としている現況数値の出典について

(1) 松原市内の事業所等における総従業者数：約 45,000 人

平成 21 年　経済センサス基礎調査　第 14 表および参考表 2

松原市の全産業の従事者数：実数 44,982 人

(2) 販売額 300 万円以上の農家数：19 戸

2010 年世界農林業センサス（平成 22 年）

第２巻　農林業経営体調査報告書

表 2-4　農産物販売金額規模別経営体数

(3) 工業事業所の従業員当たり出荷額：約 1,900 万円

平成 21 年　工業統計調査（確報）　市区町村編

市区町村別・産業中分類別統計表

松原市の従業者数および製造品出荷額等から計算

実数：1,895.5 万円／人

(4) 卸売店の従業者当たり販売額：約 5,000 万円

平成 19 年　商業統計（確報）　第３巻　産業編（市区町村表）

松原市の卸売業の従業者数および年間商品販売額

実数：5,026.8 万円／人

(5) 小売店の従業者当たり販売額：約 1,600 万円

平成 19 年　商業統計（確報）　第３巻　産業編（市区町村表）

松原市の小売業の従業者数および年間商品販売額

実数：1,605.7 万円／人

(6) サービス業の従業者数：約 16,000 人

平成 21 年　経済センサス基礎調査　第 14 表および参考表 2

産業大分類Ｌ（学術研究・専門・技術サービス業）から

産業大分類Ｒ（他に分類されないサービス業）までの合計

（金融・保険、不動産業および公務を含まず）

実数：16,003 人

(7) 松原市民の市内就業率および実数：44.2%（約 25,000 人）

平成 17 年　国勢調査

第５表　常住地または従業地産業大分類別 15 歳以上就業者数

常住地が松原市で、自宅または市内が従業地である者の合計

実数：24,768 人

資料編

目次

執行機関の附属機関設置条例（抜粋）

昭和４０年１１月１日　条例第２０号

第１条　法律若しくはこれに基づく政令又は条例に定めがあるものを除くほか、地方自治法（昭和２２年法律第６７号）第１３８条の４第３項の規定により、執行機関の附属機関を別表のとおり設置する。

第２条　前条に規定する附属機関の組織、運営その他附属機関に関し必要な事項は、附属機関の属する執行機関の長が定める。

別表（第１条関係）（抜粋）

附属機関の属する執行機関	附属機関	担任する事務
市長	松原市産業振興ビジョン策定委員会	産業振興ビジョン策定に係る調査審議に関すること。

松原市規則第３３号

松原市産業振興ビジョン策定委員会規則

（目的）

第１条　この規則は、執行機関の附属機関設置条例（昭和４０年条例第２０号）第２条の規定に基づき、松原市産業振興ビジョン策定委員会（以下「委員会」という。）の組織、運営その他委員会について必要な事項を定めることを目的とする。

（任務）

第２条　委員会は、市長の諮問に応じて松原市産業振興ビジョンに関する事項について調査審議する。

（組織）

第３条　委員会は、委員１０人以内で組織する。

２　委員は、次の各号に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

（１）　学識経験者

（２）　市民

（３）　商工関係団体の役職員

（４）　農業関係団体の役職員

（５）　関係行政機関の職員

（委員長及び副委員長）

第４条　委員会に委員長及び副委員長各１人を置き、委員の互選によりこれを定める。

２　委員長は、委員会を代表し、会務を総理する。

３　副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるときは、その職務を代理する。

（任期）

第５条　委員の任期は、諮問された事項に係る調査審議の終了時までとする。

（会議）

第６条　委員会の会議（以下「会議」という。）は、必要に応じ委員長が招集し、その議長となる。

２　会議は、委員の過半数の出席がなければ開くことができない。

３　会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは議長の決するところによる。

（公印）

第７条　委員長の公印を次のように定める。

松原市産業 振興ビジョン 策定委員会 委員長之印

書体　かい書

寸法　方２１ミリメートル

（事務局）

第８条　委員会の庶務は、市民生活部産業振興課において行う。

（委任）

第９条　この規則に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附　則

この規則は、公布の日から施行する。

松原市産業振興ビジョン策定委員会　委員名簿

（５０音順　敬称略）

（◎：委員長、〇：副委員長）

上田　巌	大阪中河内農業協同組合本店営農経済部長
〇川端　潤一郎	松原商工会議所事務局長
鈴木　丈夫	松原市商店会連合会副会長（天美駅前東商店会会長）
住田　進	松原商工会議所工業部会長（(株）天美　取締役会長）
仲谷　伸江	市民公募
東口　勝宏	大阪府商工労働部商工労働総務課企画グループ課長補佐
三村　富子	市民公募
◎森山　正	阪南大学国際観光学部教授

松原市産業振興ビジョン策定委員会
審議の経過

第 1 回　平成 23 年 9 月 6 日開催

(1) 委員長の選任について

(2) 松原市産業振興ビジョンの策定について

(3) アンケート調査の実施について

第 2 回　平成 23 年 10 月 28 日開催

(1) 松原市産業振興ビジョンの策定にかかるアンケート調査の結果について

(2) 松原市産業振興ビジョン（骨子案）について

第 3 回　平成 23 年 12 月 21 日開催

(1) 松原市産業振興ビジョン（素案）について

(2) 今後のスケジュールについて

第 4 回　平成 24 年 3 月 26 日開催（予定）

(1) パブリックコメントの結果について

(2) 策定委員会からの報告（案）について

(3) アクションプランについて（報告）

平成 24 年 3 月 26 日

松原市長　澤井　宏文　様

松原市産業振興ビジョン策定委員会
委員長　　　森　山　　正

松原市産業振興ビジョンの策定について（報告）

陽春の候、時下ますますご清祥の段、お慶び申し上げます。

さて、標記ビジョンの策定につきましては、平成 23 年 9 月の本委員会設置以降、慎重なる調査審議を行ってまいりましたが、このたび別添のとおり「松原市産業振興ビジョン」としてとりまとめましたので報告します。

このビジョンにおいては、松原市の産業振興施策の目指すべき姿を「産業・市民・行政の協働で育む、生活が便利で産業が元気なまち・松原」とし、製造業、商業・サービス業、農業と幅広い産業分野でこの実現のために必要な 45 の施策を展開していくこととしております。

今後は、これらの施策を着実に実施し、目指すべき姿が実現できますよう、従来にも増した一層の産業振興の取り組みをよろしくお願いいたします。

＜資料２＞松原市の産業の現状と動向

A.松原市の産業の状況について

松原市の人口および産業について、その推移と状況、および要因などを概略的に分析します。
先にグラフから読み取れる事項を解説として列記し、後にグラフをまとめて掲載します。

1.人口と世帯数（国勢調査による）

人口の数とその変化の状況は、産業の状況と深い関わりがあります。その関わりには主にふたつの側面があります。第一は、産業に従事する人の数です。第二は、産業が生産する財やサービス、付加価値への需要です。この需要には「個人需要（食品、衣料など）」と「世帯需要（耐久消費財など）」があります。

(1)人口と世帯数の推移：グラフ１

松原市の人口は昭和 60 年をピークに減少に入り、平成 22 年も減少を継続しています。
一方、世帯数は平成 12 年まで一貫して増加してきましたが、平成 12 年から 17 年にかけて一旦減少に転じました。しかし、平成 17 年から 22 年（速報値）では再び増加しています。

(2)年齢階層別人口構成の推移：グラフ２

年齢３区分による人口の構成では、若年人口（15 歳未満）の減少と高齢人口（65 歳以上）の増加が続いています。平成 12 年頃に高齢人口が若年人口を上回り、高齢人口の増加率は次第に大きくなっています。
一方、生産人口（15～64 歳）は、平成２年頃まで増加していましたが、その後減少し始め、その減少の度合いは次第に大きくなっています。

2.転出入と出生・死亡（社会動態と自然動態）：グラフ３
（グラフ３は住民基本台帳による住民の動態を、国勢調査の年を抽出して表示しています。）

人口が変化する要因には、引っ越しによる移動（社会動態）と出生・死亡による変化（自然動態）があります。
その推移を見ると、松原市がかつて、非常に大きな社会動態を持つ「流動性」の高い都市であったことが判ります。その社会動態は近年、急速に減少しています。さらに、昭和 50 年には転入が転出を上回っていましたが、昭和 55 年以降は一貫して、転入が転出を下回っています。
一方、出生と死亡（自然動態）では、平成 12 年まで出生が死亡を上回っていますが、平成 17 年を境にこれが逆転し、これによって松原市では社会動態、自然動態がともにマイナスの様相に入りました。

なお、こうした状況にあっても世帯数が安定して推移していることは、世帯当たりの員数の減少、即ち「単身世帯」などの小規模世帯が増加していることを示しています。（グラフ 19 参照：大阪府内の市の平均世帯員数）

3.夜間人口と昼間人口（国勢調査）：グラフ４

一方、人口の移動には、通勤や通学による毎日の移動があります。これを人口の流出・流入と呼びます。夜間人口はほぼ松原市の定住人口を示し、昼間人口は通勤通学者などを差し引きしたワークタイムの人口を示します。

松原市は昭和 30 年から現在まで、一貫して夜間人口が昼間人口を上回っています。つまり通勤通学で松原市を出る人が、入る人よりも多いことを示しています。昭和 60 年以降はその差が次第に小さくなっています。

流出・流入人口を見ると、平成２年をピークに流出人口は減少しており、これに対して流入人口は比較的安定しています。これから、昼間人口と夜間人口の差の縮小は、流出人口の減少によることが大きいことがわかります。

4.通勤通学による周辺各都市との間での人口の移動：グラフ５〜6

グラフ５および６は国勢調査（平成 17 年）による主な都市と松原市の間での通勤と通学による人の移動を、通勤・通学それぞれについて「松原市からの流出超過」が多い順に並べています。

通勤では「大阪市」への流出が、これに次ぐ堺市、東大阪市などに比べて非常に大きいことがわかります。また羽曳野市からの通勤流入超過が最も大きく、これに奈良県（全県）、富田林市、藤井寺市などが松原市への通勤流入が流出を上回る地域となっています。

一方、通学による流出入では、大阪市への流出超過は最も多いものの、通勤の場合のようには顕著ではありません。大阪市や東大阪市、京都府、藤井寺市などに対して松原市からの通学流出が超過していますが、全体的には流入が流出を上回っています。

特に羽曳野市、奈良県、堺市などに対する通学流入超過は大きく、また「その他の市町村」や「和歌山県」でも流入超過が見られることから、かなりの程度広域的な通学の求心力が認められます。

5.事業所と従業者数：グラフ７

松原市内で事業を行う事業所（全業種）とそこで働く従業者の数の推移を示しています。

昭和 50 年以降、平成８年まで松原市で働く人の数は安定して、また高い率で増加してきました。しかしこの頃を境に減少と増加を繰り返しています。

事業所の数は、従業者の数ほどには顕著な変化が見られません。

6.従業員数による事業所規模別の事業所数：グラフ８

働く人の数はそれぞれの事業所の規模をあらわす重要な指標です。グラフは各年の全事業所を 100 とした規模別の事業所の割合を示しています。これを見ると、従業者 1〜4 人の「小規模事業所」が昭和 50 年頃から一貫して減少し、一方、比較的規模の大きい事業所の数が増加してます。

7.業種別の従業者数：グラフ９

事業所の業種分類（産業中分類）による従業者数の推移を示しています。おおまかに、グラフの左が建設業、製造業など「ものづくり」系の産業、右に行くほど「ソフト／サービス」系の産業と考えることができます。

昭和 56 年までやや減少しつつも平成３年頃まで比較的安定していた製造業が、平成８年以降急速に縮小していることがわかります。これに対して平成 13 年以降、サービス系の業種で働く人の数が急速に増加しています。

8.農家と経営耕地：グラフ 10

農林業センサスは、国勢調査（人口センサス）とともに、5 年ごとに世界で同時に行われる調査です。なお、グラフ 10 で平成 7 年から平成 12 年にかけて農家数が大幅に減少しているのは、平成 12 年から経営耕地を持たない農家（名目農家）などを除外したためです。

松原市の農家数と経営耕地面積は、一貫して減少しています。昭和 55 年以降、経営耕地の面積は約 1/3 になりました。この減少分はほぼそのまま、宅地や道路など都市的土地利用に転換したものと考えられます。平成 22 年の経営耕地面積は約 90ha、農家数は 168 戸（内、法人 3）です。

9.経営耕地規模別の農家数：グラフ 11

グラフの平成 12 年から 17 年にかけて、30a 未満の農家数が激減しているのは、この年から「販売のない農家」を除外しているためです。現実には「自給農業」を営む世帯がこの他に存在します。

松原市では経営耕地面積 100a（1ha）を超える大規模な農家はほとんどありません。この状況は過去から一貫しています。松原市の農業を支える農家の規模は 30〜100a の小規模な農家と言えます。

10.工業の業種別の事業所数、従業者数および製品出荷額：グラフ 12〜14

松原市の工業は、事業所数では「金属製品製造」が非常に多く、一方、従業者数と製品出荷額では「食料品製造」が最も多くなっています。

食料品製造については、山崎製パン・大阪第二工場が立地することが大きいと考えられます。

事業所で多くを占める「金属製品製造」は、事業所数に比べて従業員数が少ない（1 事業所当たり 12 人程度）ことから、小規模な「町工場」が多いことを示しています。「プラスティック製品製造」「生産用機械器具製造」なども同様の傾向が見られます。

従業者数では「金属製品」が多く、出荷額では「金属製品」「繊維」「鉄鋼」が比較的多くなっています。

11.工業（全業種）の事業所数、従業者数および出荷額の推移：グラフ 15

工業統計調査による平成 5 年から平成 20 年までの、松原市の工業事業所（全業種）の事業所数、各年末の従業者数（非常用を含む）および製品等出荷額の推移を示します。

事業所数は一貫して微減を続けています。

従業者数は平成 7 年から 15 年にかけて減少を続けてきましたが、それ以降は比較的安定しています。出荷額は、平成 15 年まで相当に高い割合で減少して来ましたが、平成 17 年には増加に転じ、平成 20 年も微減に留まっています。

12.商業の店舗数、従業者数および販売額：グラフ 16〜18

卸売、小売の商業の店舗数は、昭和 63 年以降、一貫して減少しています。

これに対して、従業者数は平成 14 年まで増加しており、これ以降、減少に転じています。また、販売額は、平成 9 年まで増加してきましたが、平成 11 年以降、減少しています。

＜注意＞平成 19 年の販売額で「各種商品小売」「その他の小売業」の数値が伏字のため欠損しています。

業種では、卸売の事業所数は比較的少ないものの、従業者数と販売額では多くの割合を占めています特に販売額での卸売の割合は非常に高くなっています。

小売では、飲食料品小売の店舗数が減少しているにも関わらず、従業者数と販売額には顕著な変化が見られません。これは個人商店からスーパーマーケットなどへの店舗の規模や形態の変化が進んでいるものと考えられます。

13.松原市と大阪府内の各市の主要指標の比較

大阪府内における「松原市の位置づけ」を見るために、主要な指標を「比率」などに置き換えてグラフ化しています。

(1)人口増減と平均世帯員数：グラフ 19

国勢調査で平成 17 年から 22 年の人口の増減率（母数は 17 年）と、平成 22 年の 1 世帯当たりの世帯員数（人口／世帯数）を示しています。グラフは人口増加率の大きい市から順に並べています。

大阪府内でもなお人口が増加している市が半数近くあることがわかります。その中で、松原市は（すでに述べたように）人口が減少しておりその減少率も比較的高い位置にあります。

松原市の近隣を見ると、和泉市が人口増加率の第 1 位を占めており、大阪市、堺市、藤井寺市も増加しています。

一方、富田林市は人口減少率で第 2 位、また柏原市、八尾市、羽曳野市も人口が減少しています。

平均世帯員数では大阪市、守口市、門真市などが少なく、泉南地域の各市が比較的多くなっています。これらの中で松原市はほぼ中位にあると考えられます。

(2)経営耕地率と農家世帯率：グラフ 20

グラフは、国土地理院による平成 22 年の市町村面積に対する、同年の農林業センサスによる経営耕地面積の割合を「経営耕地率（市域に占める農地の割合）」とし、その大きい順に並べています。

併せて、平成 22 年の国勢調査による世帯数に対する、同年の農林業センサスによる農家数の割合を「農家世帯率（全世帯に対する農家の割合）」として表示しています。

松原市は、経営農地率は比較的高く（約 5.3%）、大阪府内の市で第 6 位です。八尾市や岸和田市が、松原市とほぼ同水準にあります。

近隣市では、富田林市、羽曳野市、八尾市が松原市よりも経営耕地率が高く、堺市、柏原市、藤井寺市などが松原市よりも少なくなっています。

一方、農家世帯率では、松原市は 1%を大きく割り込み、農家の割合は府内でも少ないグループに属しています。近隣市では富田林市が約 1.1%と比較的多く、全体では泉南市、泉佐野市が多くなっています。

(3)工業の事業所・従業者数当たりの製品出荷額：グラフ 21

平成 21 年の工業統計による製品出荷額を、各市の事業所数および従業者数で割った値を示しています。グラフは「従業者 1 人あたりの製品出荷額」の多い順に並べています。

これによると、松原市の工業の生産性は、府内でも低い水準にあることがわかります（従業者当たり出荷額で、低位から第 5 位）。

府内全体では、高石市が両方の指標で第 1 位です。これは臨海工業地帯の大規模で高効率な工場を有しているためと考えられます。事業所当たりでは池田市も大きくなっています。

従業員当たりの出荷額で近隣市を見ると、堺市、八尾市が高く、藤井寺市は松原市よりも低位となっています。

(4)卸売商業の店舗および従業員当たりの販売額：グラフ 22

平成 19 年の商業統計による卸売商業の販売額を、各市の卸売店舗数および従業者数で割った値を示しています。グラフは従業者 1 人あたりの販売額の多い順に並べています。

松原市は、従業員当たり販売額で低位から 9 番目です。

従業員当たり販売額の上位は、大阪市の他、豊中市、吹田市、茨木市など府北部の名神・中国道沿線が占めています。

近隣市では、柏原市が第 5 位と比較的高く、東大阪市、堺市が比較的上位にあり、羽曳野市、藤井寺市、和泉市が松原市よりもわずかに上位にあります。

(5)小売商業の店舗および従業員当たりの販売額：グラフ 23

平成 19 年の商業統計による小売商業（全業種）の販売額を、各市の小売店舗数および従業者数で割った値を示しています。グラフは従業者 1 人あたりの販売額の多い順に並べています。

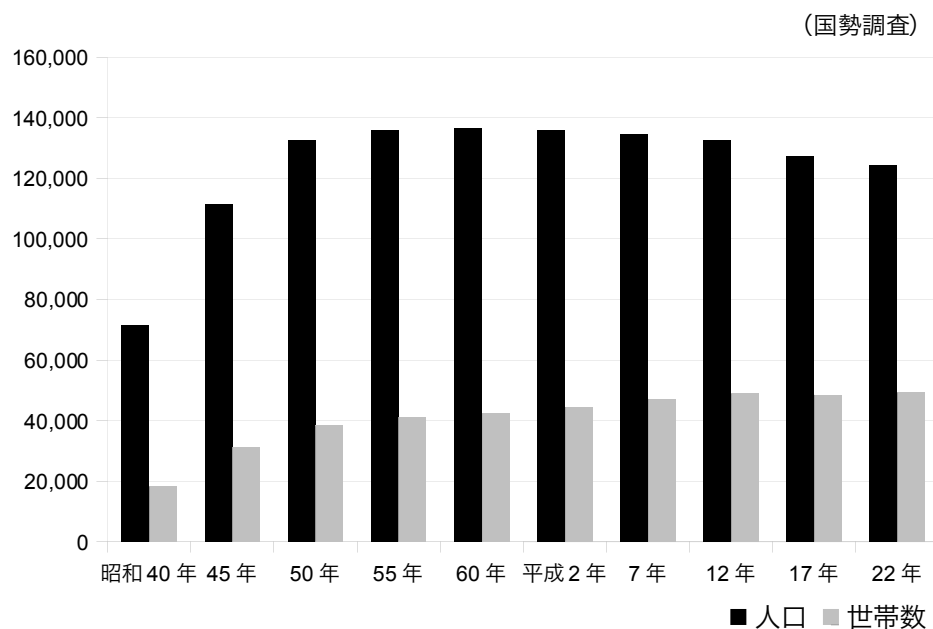
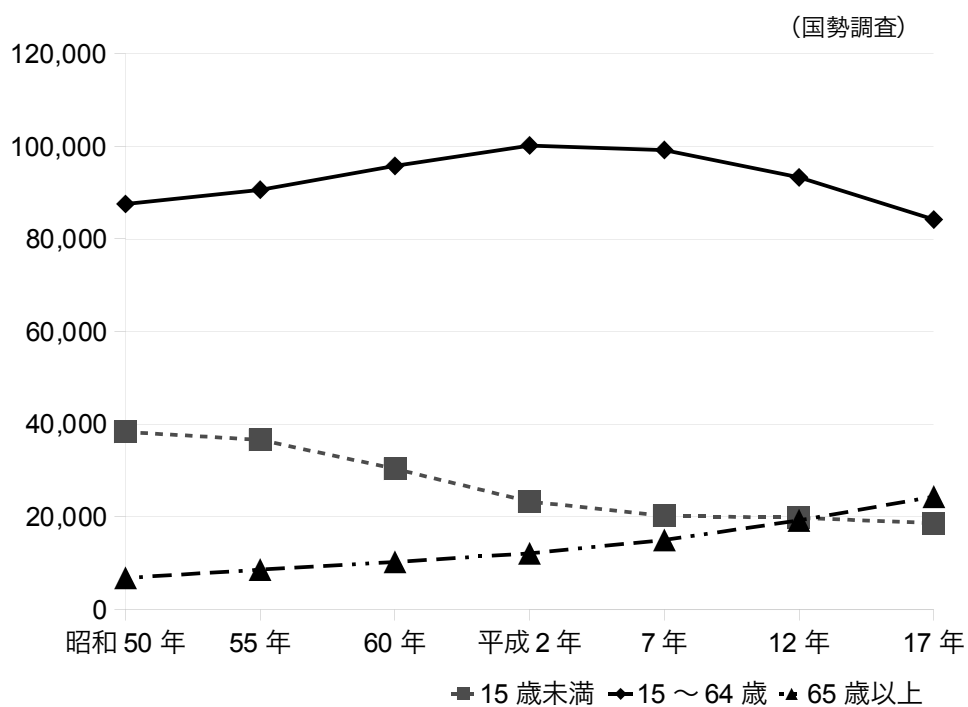
松原市は、府内全体の中位よりもやや上位にあります。ただし、店舗当たりの販売額は低位にあり、小規模な小売店がなお多いことを示しています。

従業員当たり販売額の上位は、大阪市の他、箕面市、摂津市、守口市などが占めています。これらは大型ショッピングモールの立地との関連を予想させます。

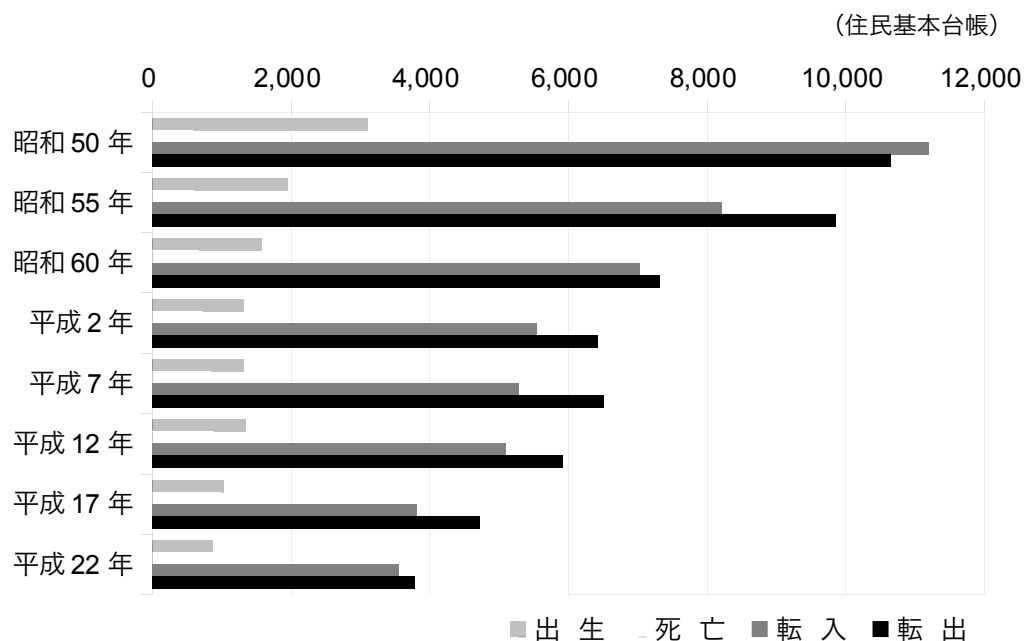
近隣市では、堺市が比較的上位（第 7 位）にある他は、柏原市、藤井寺市、羽曳野市、富田林市などは松原市よりも低位であり、八尾市も松原市よりもやや低位です。

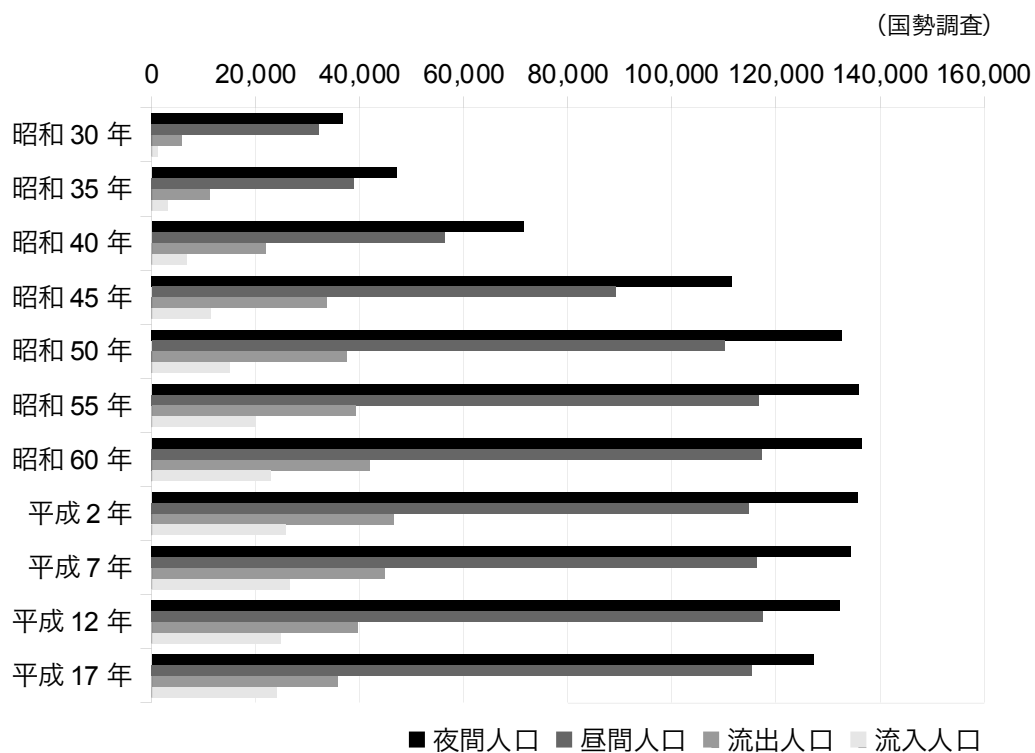
B.データで見る松原市産業の現況（グラフ集）

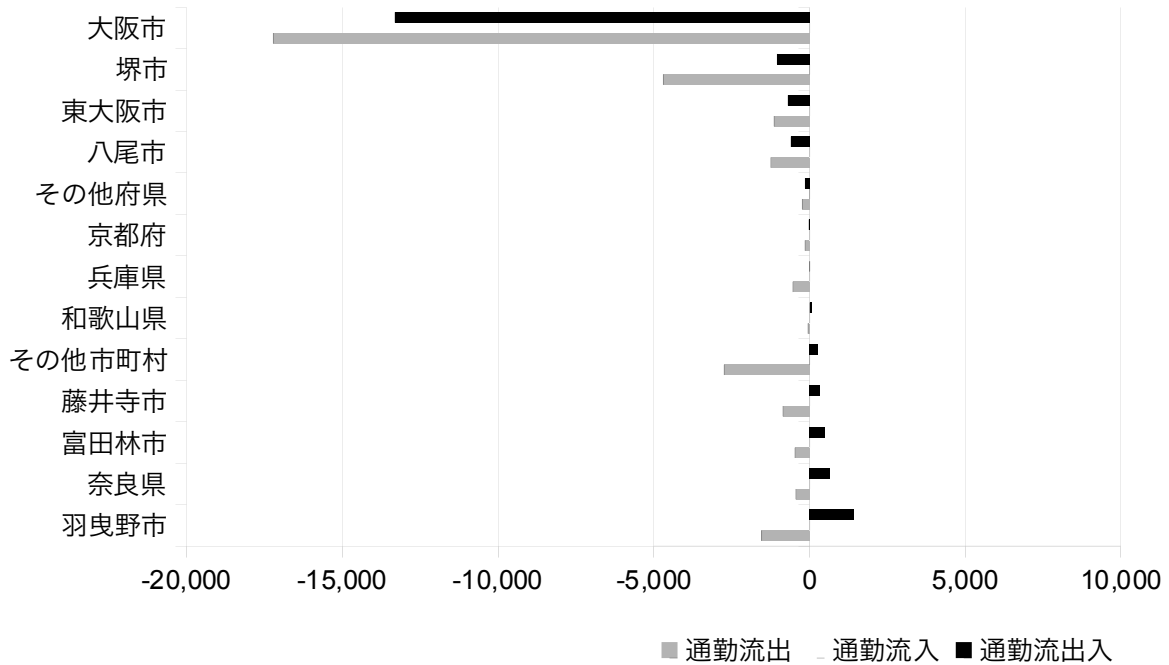
1.総人口はすでに減少基調にありますが、世帯数は安定しています。

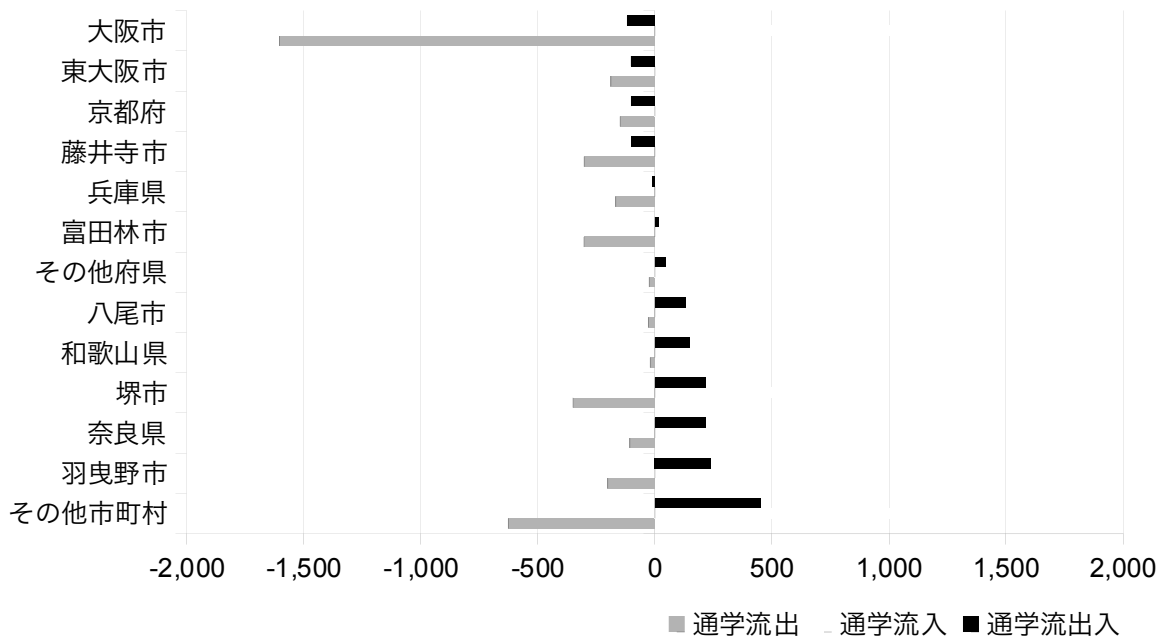
<グラフ１：人口と世帯数の推移>

<グラフ２：年齢３階層別人口の推移>

2.転出、転入と出生数が減少しています。

＜グラフ３：人口動態の推移＞

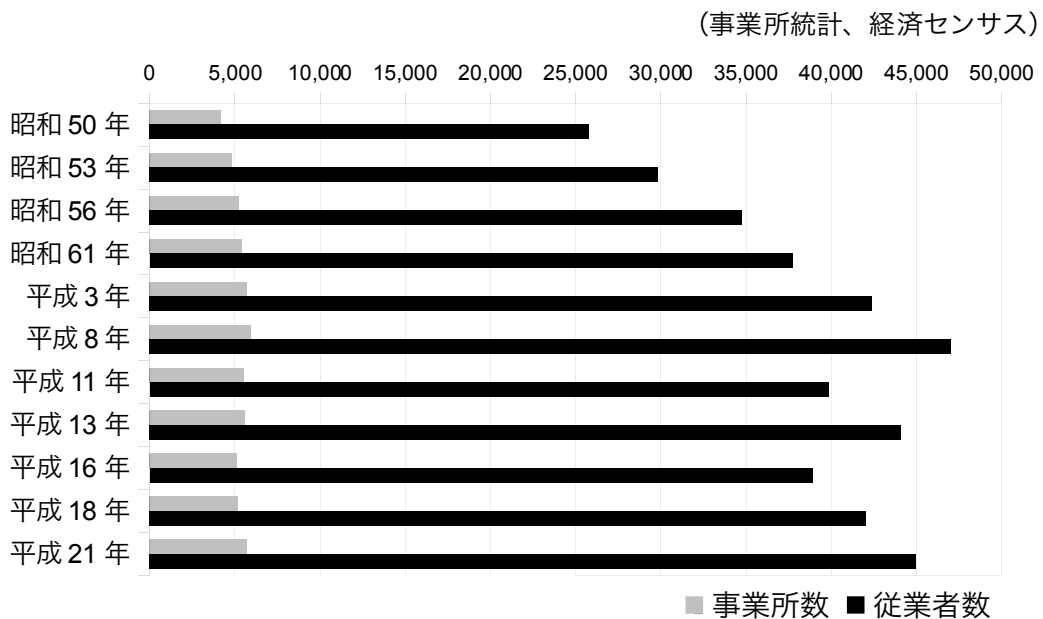
（住民基本台帳）

3.流出と夜間人口は減少していますが、昼間人口は安定しています。

＜グラフ４：昼間・夜間人口と流出入＞

（国勢調査）

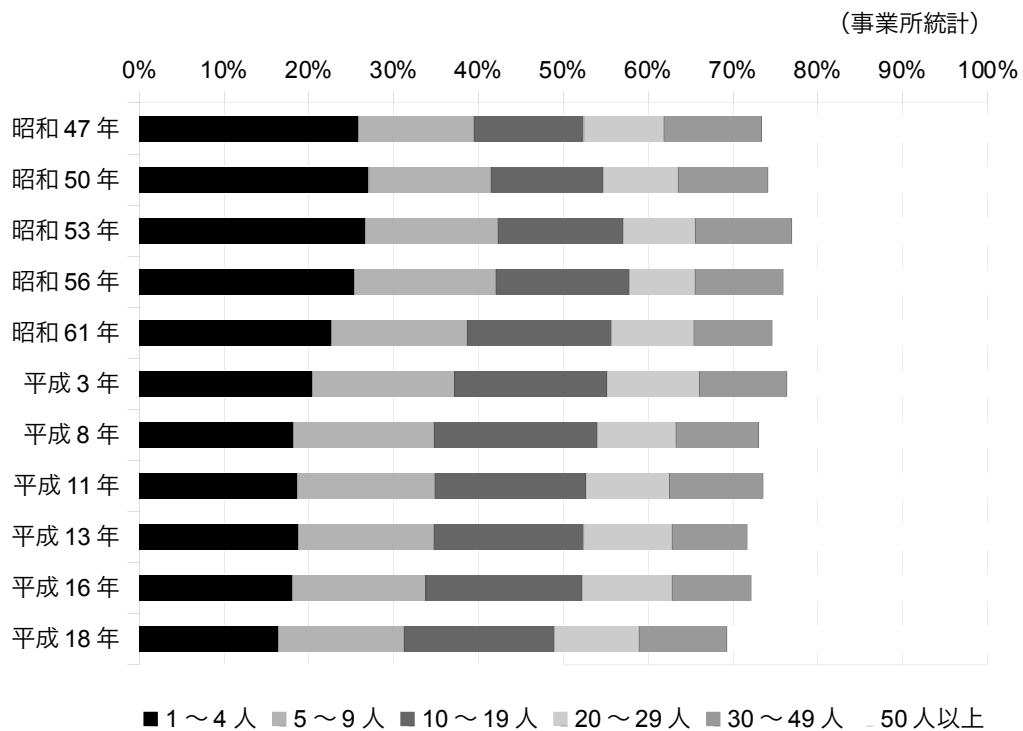
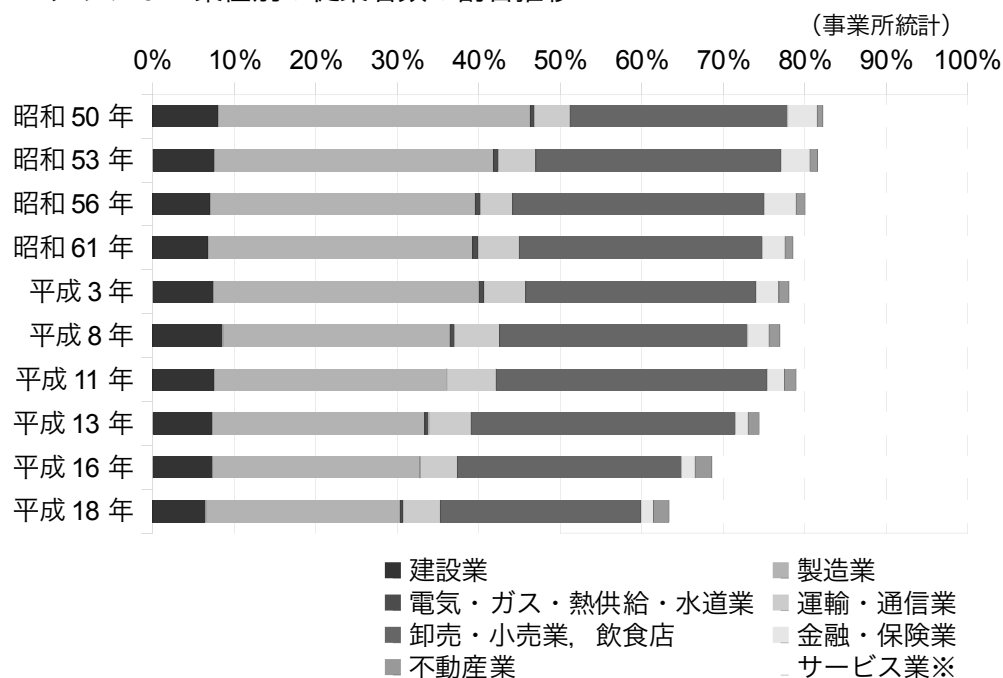
4.大阪市への依存性と周辺地域への拠点性が読み取れます。

＜グラフ６：通学による流出入＞

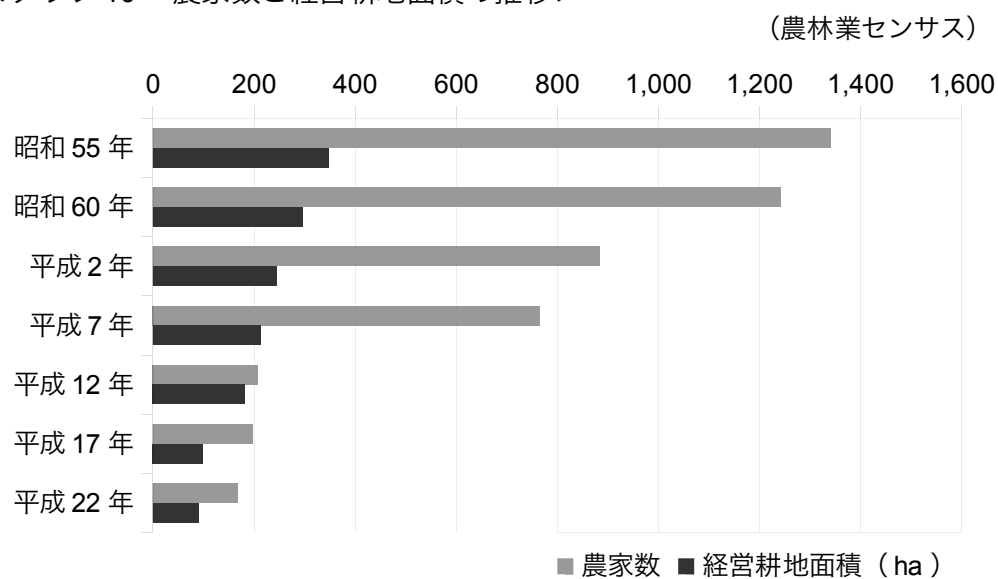
（国勢調査：平成17年）

5.事業所数、従業者数は近年、比較的安定しています

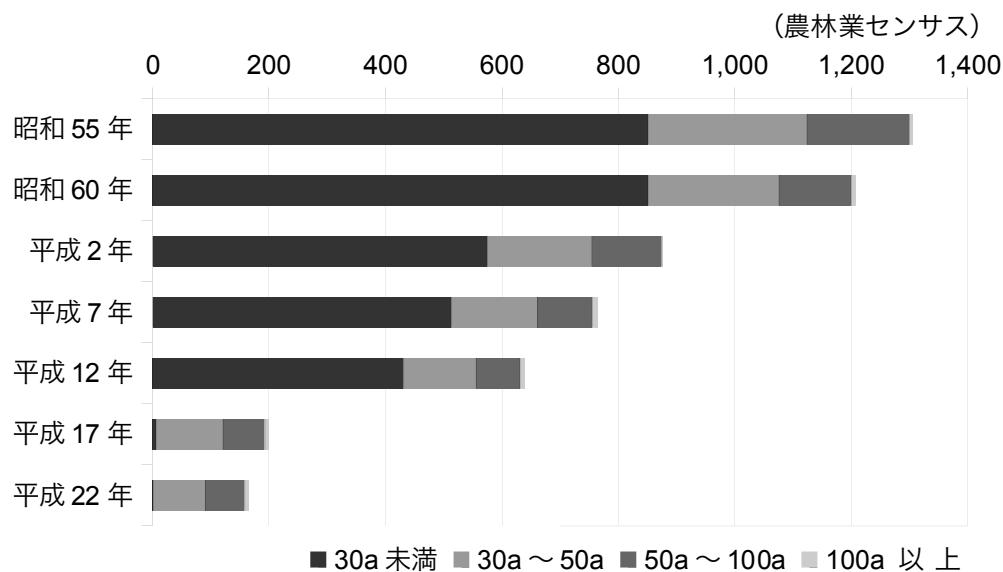
＜グラフ７：事業所数・従業者数の推移＞

（事業所統計、経済センサス）

6.比較的規模が大きな事業所で働く人の割合が増えています

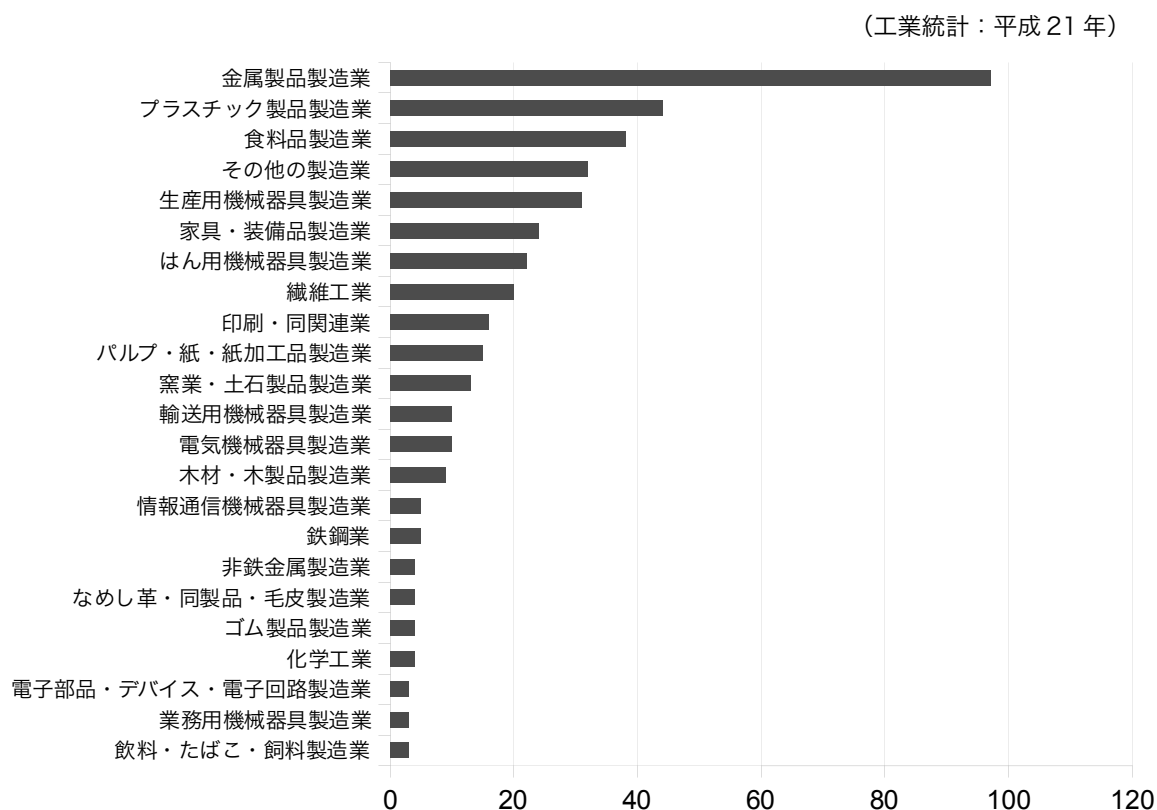
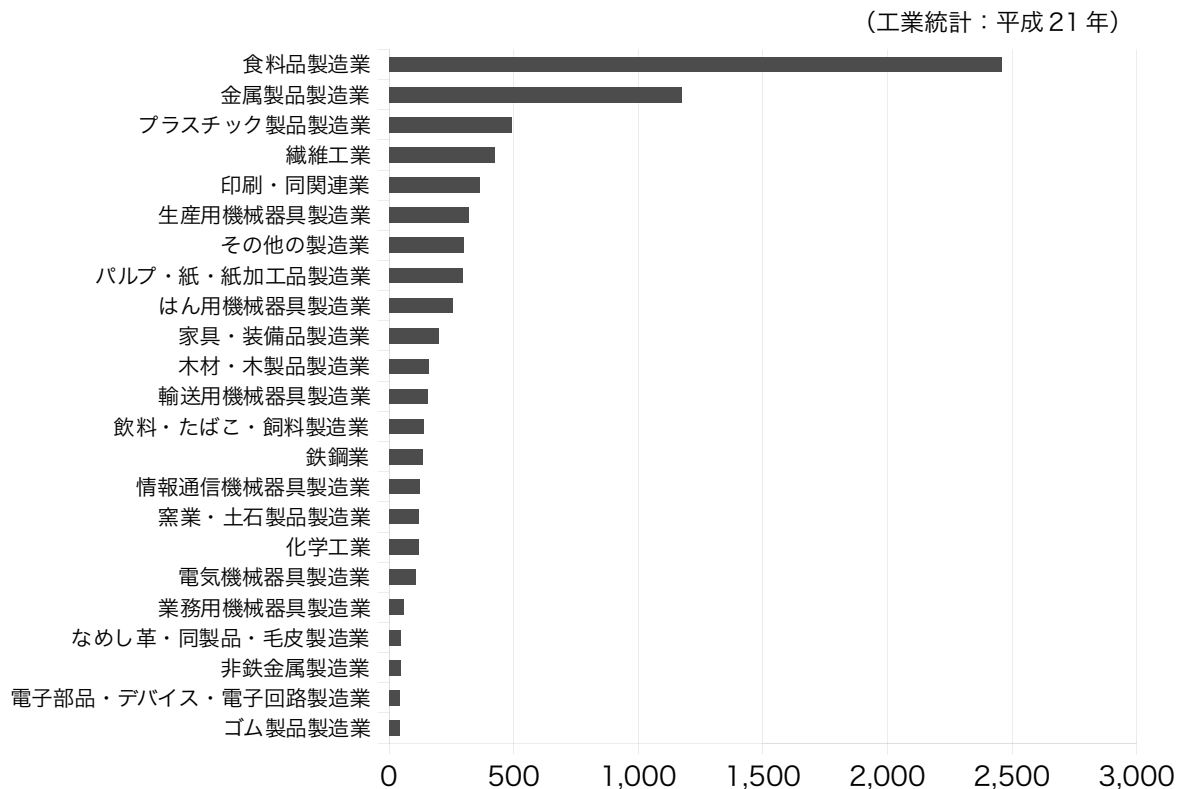
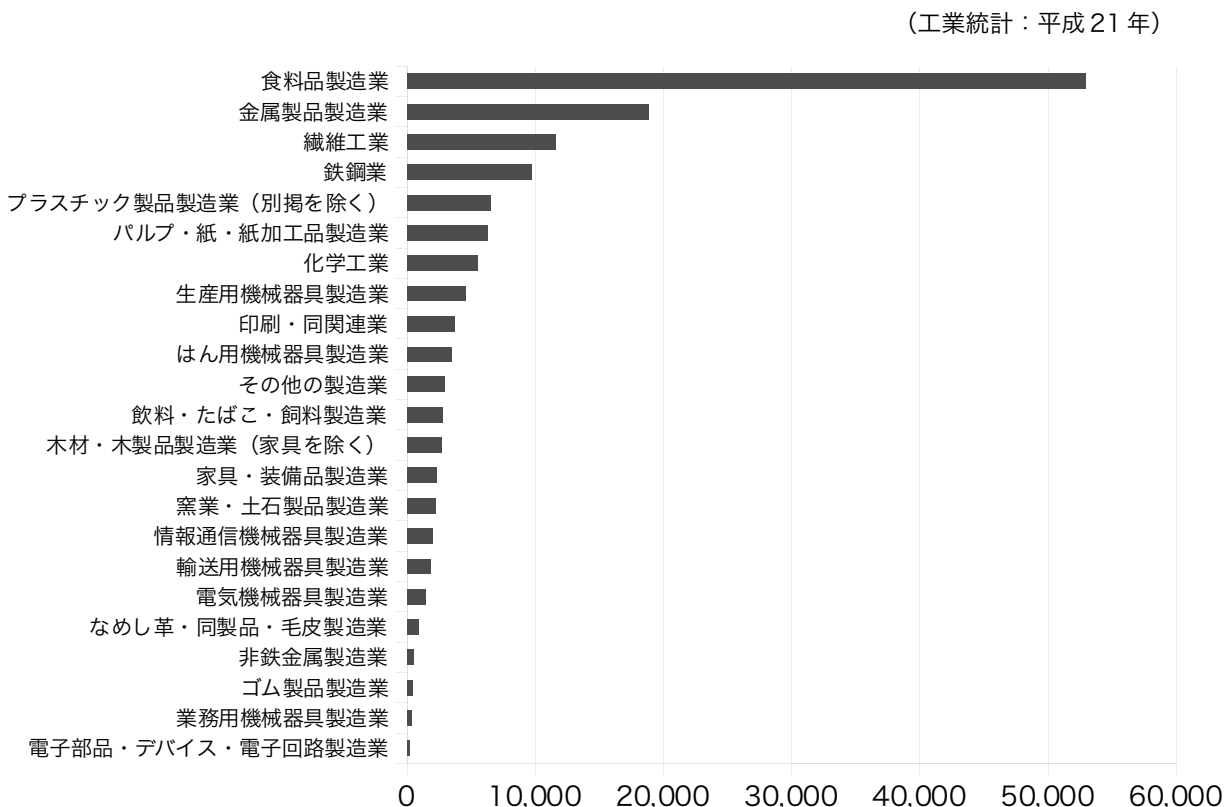
＜グラフ８：事業所規模別の従業者数の割合＞

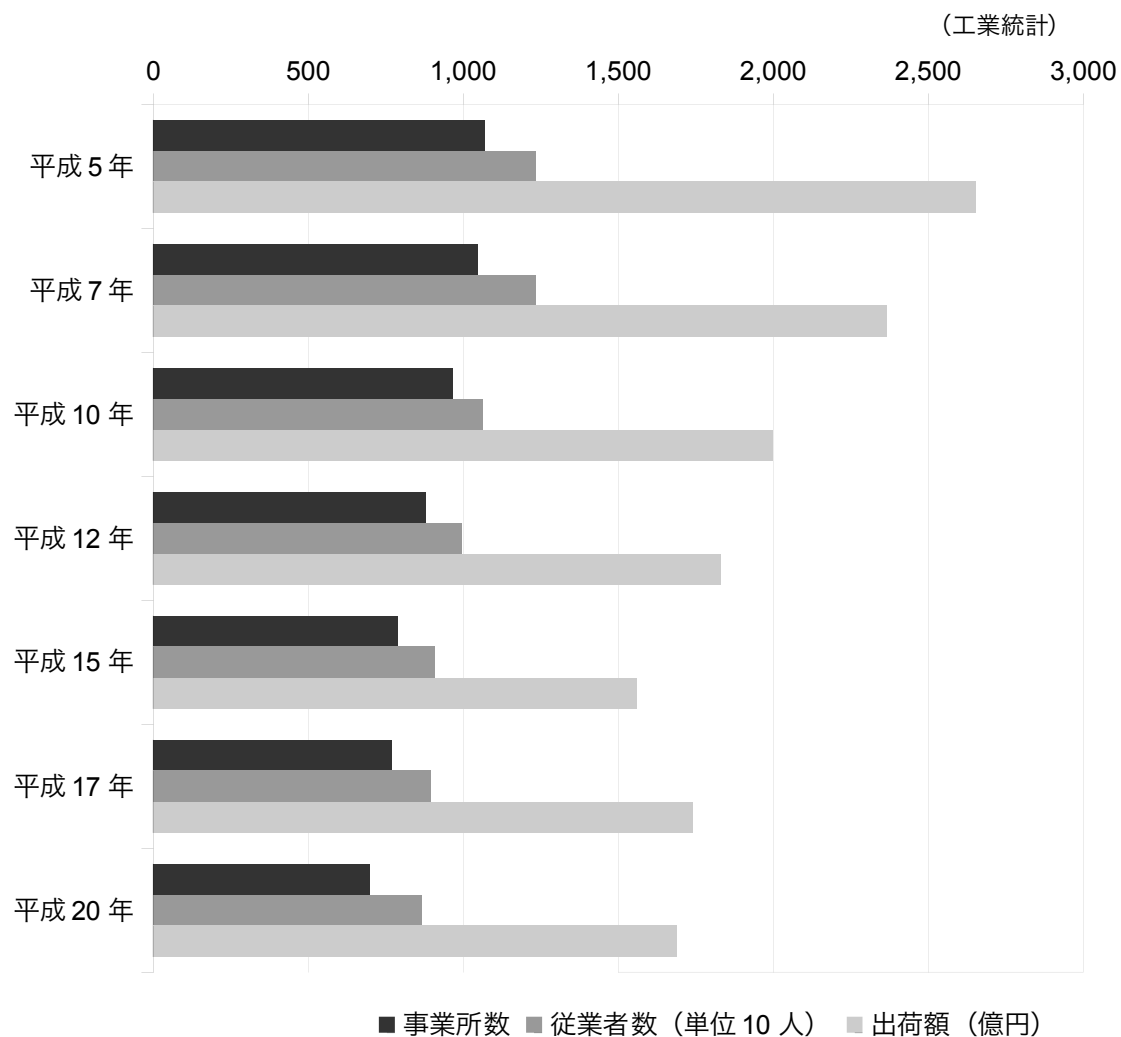
（事業所統計）

7.サービス系業種へのシフトが進んでいます

※サービス業：飲食店・宿泊、医療・福祉、教育・学習支援、複合サービス、その他のサービス業を含む

8.農業は縮小してきましたが、安定し始めたように見えます

9.比較的大規模な農家はそれほど減少していません。

＜グラフ 11 ：経営耕地規模別の農家数の推移＞

※平成 17 年以降は、販売のある農家のみを対象としています。

10.工業の事業所数は「金属」、従業員・出荷額では「食品」が多くなっています。

＜グラフ 12：業種別の工業事業所数＞

＜グラフ 13：業種別の工業従業者数＞

＜グラフ 14：業種別の工業製品出荷額（百万円）＞

11.工業の事業所数は減少していますが、従業者数・出荷額は比較的安定しています。

＜グラフ 15 ：工業の事業所、従業者、出荷額の推移＞

※サンプル年の不均等について

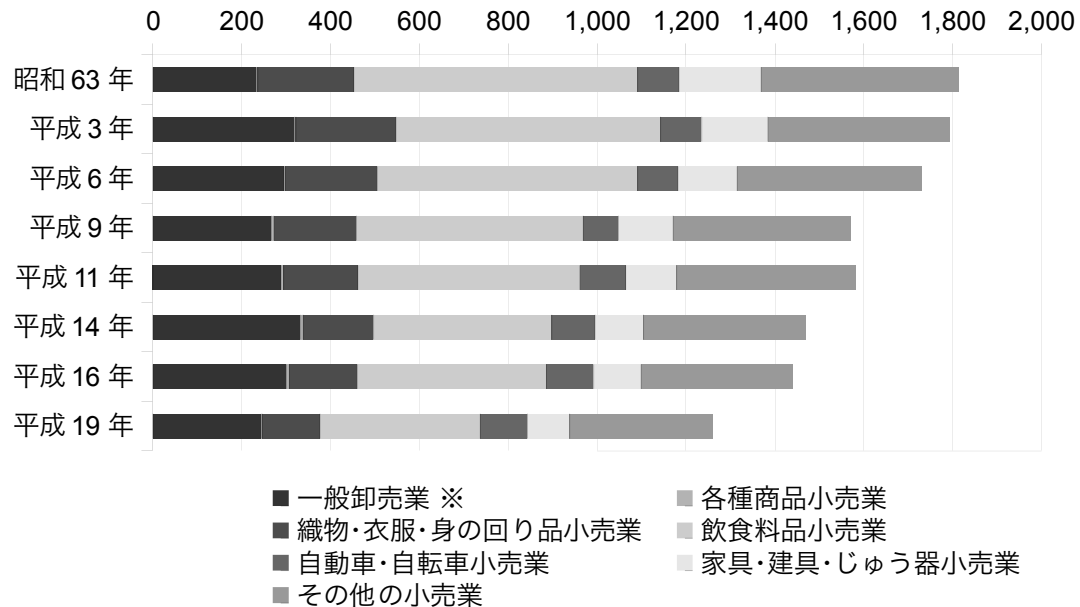
工業統計は基本的に、毎年調査を行っていますが、毎年全数対象ではありません。

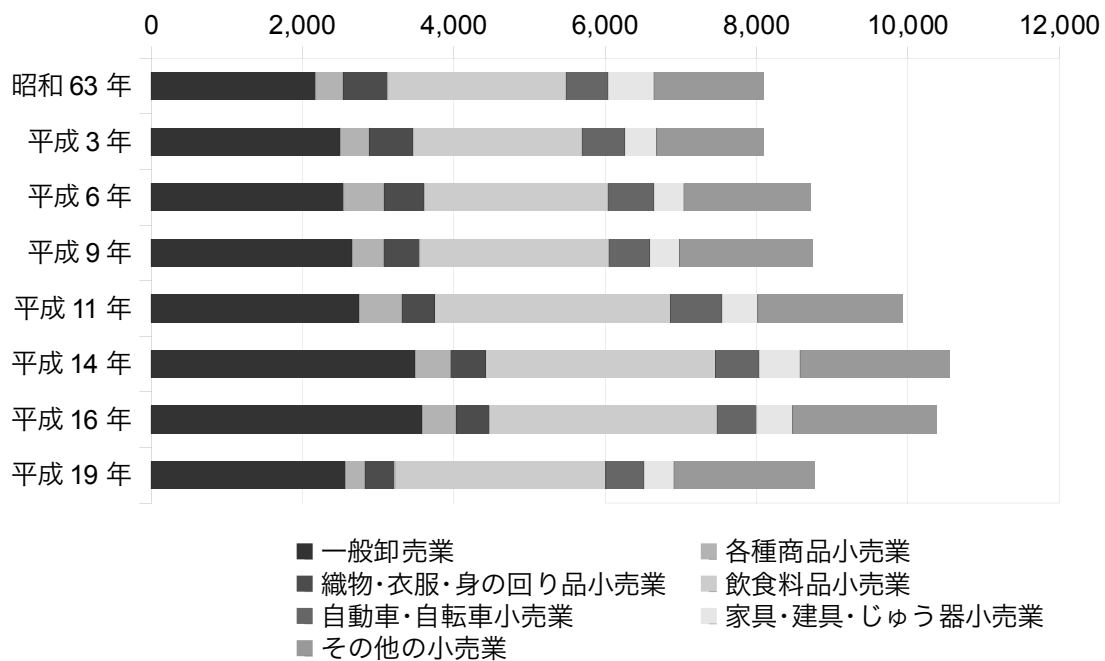
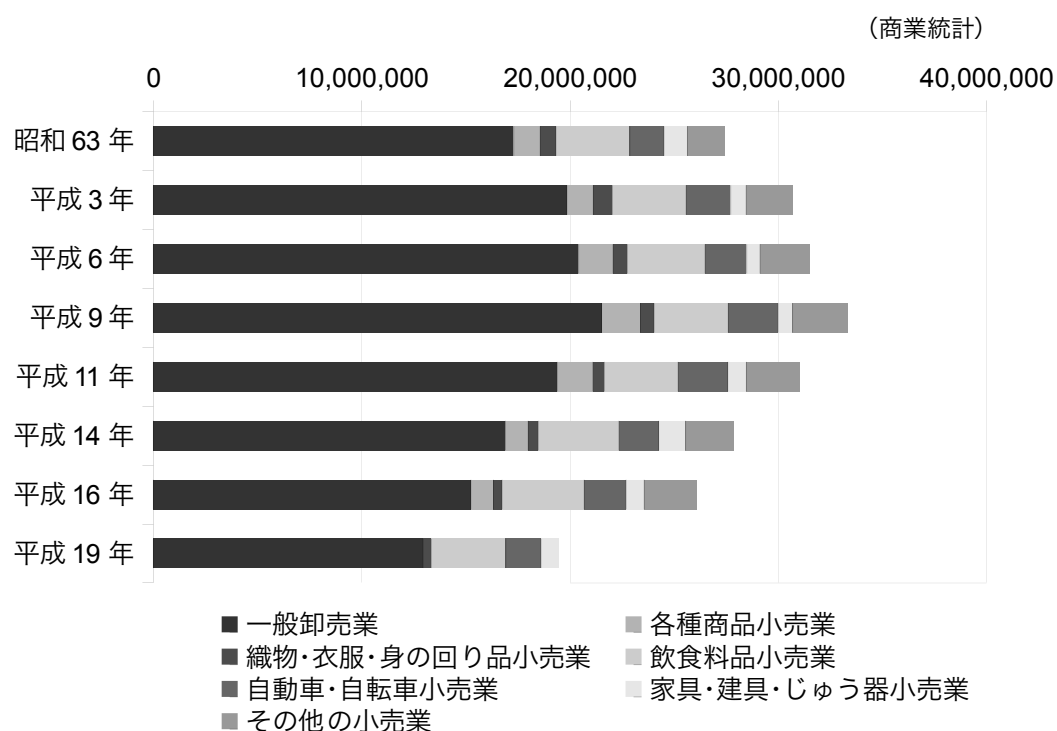
上記のグラフの年次は、全事業所を対象に調査を行った年次です。

これらの間の年次は、従業者数４名未満のが除外されています。

そのため、上のグラフからはこれらの年次を除外しています。

12.＜商業＞小売では「食料品」「その他」。卸売の比重も高い。

＜グラフ 16 ：業種別の商業店舗数の推移＞

※一般卸売業：代理商・仲立業（商品売買の代理仲介）を除く卸売業を指します。

＜グラフ 17 ：業種別の商業従業者数の推移＞

＜グラフ 18 ：業種別の商業販売額の推移（万円）＞

※各種商品小売業とは

「衣,食,住にわたる各種の商品を一括して一事業所で小売する事業所」が該当します。

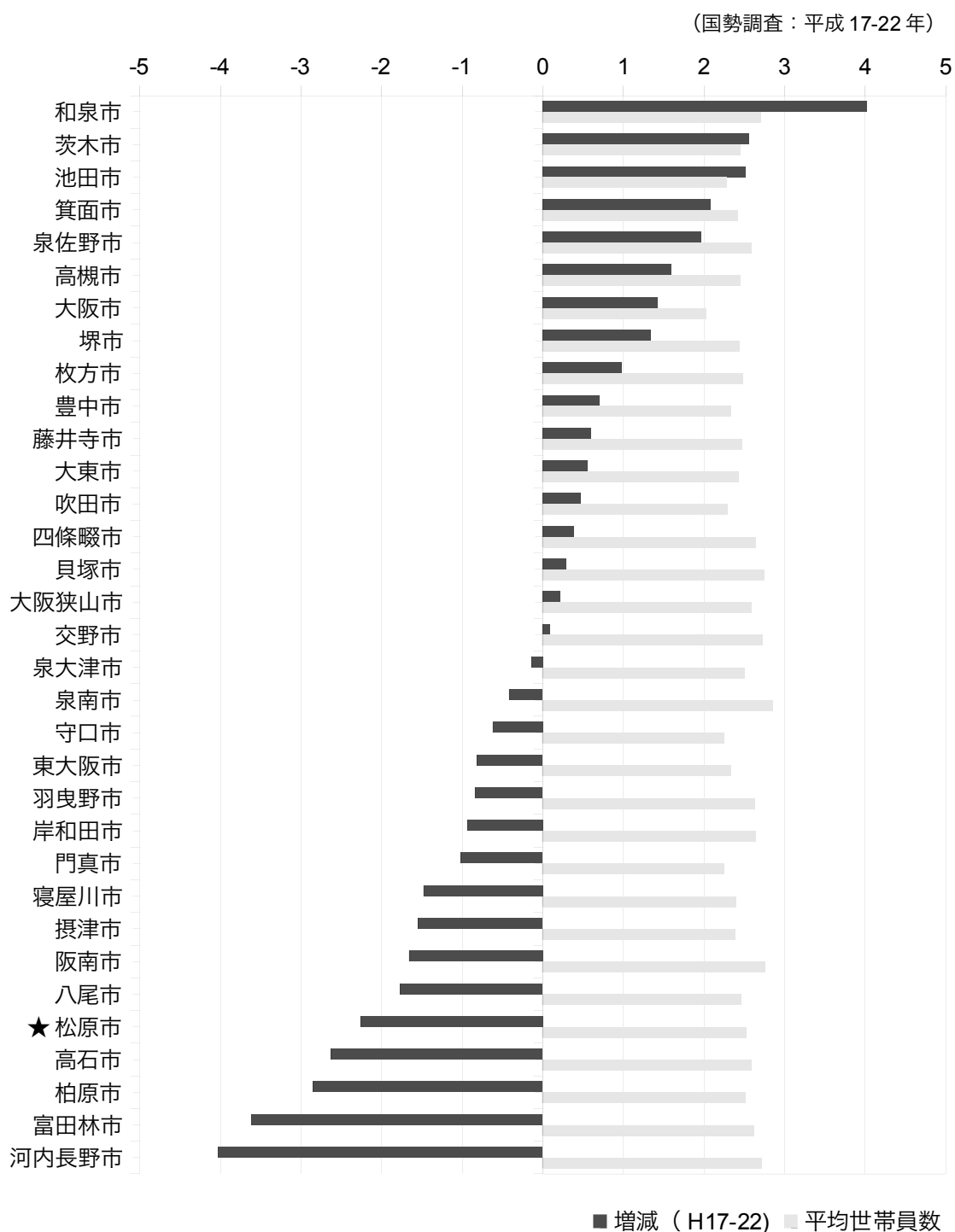
(例:百貨店、総合スーパーマーケットなど)

なお、松原市には平成 19 年時点で店舗数 2、従業員数 261 の各種商品小売業がありますが

その販売額等は、店舗数が少ないことから、統計上は伏字となっており、グラフに計上されていません。

13.松原市と大阪府内の各市の主要指標の比較

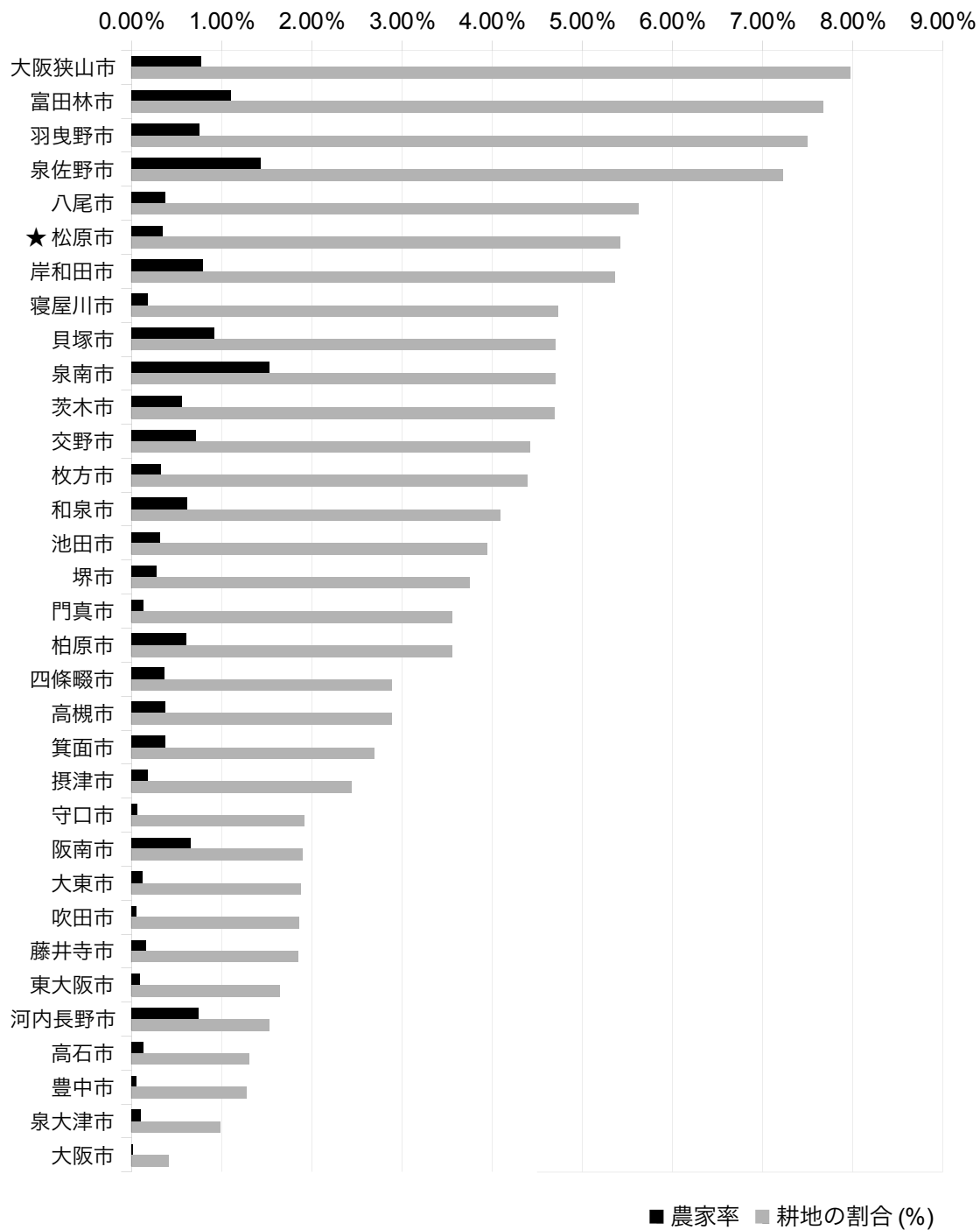
＜グラフ 19 ：人口増減と平均世帯員数＞

（国勢調査：平成 17-22 年）

※人口増減は国勢調査による平成 17 年から 22 年までの増減（%）

平均世帯員数は、国勢調査（平成 22 年速報値）による

（国勢調査、農林業センサス、国土地理院）

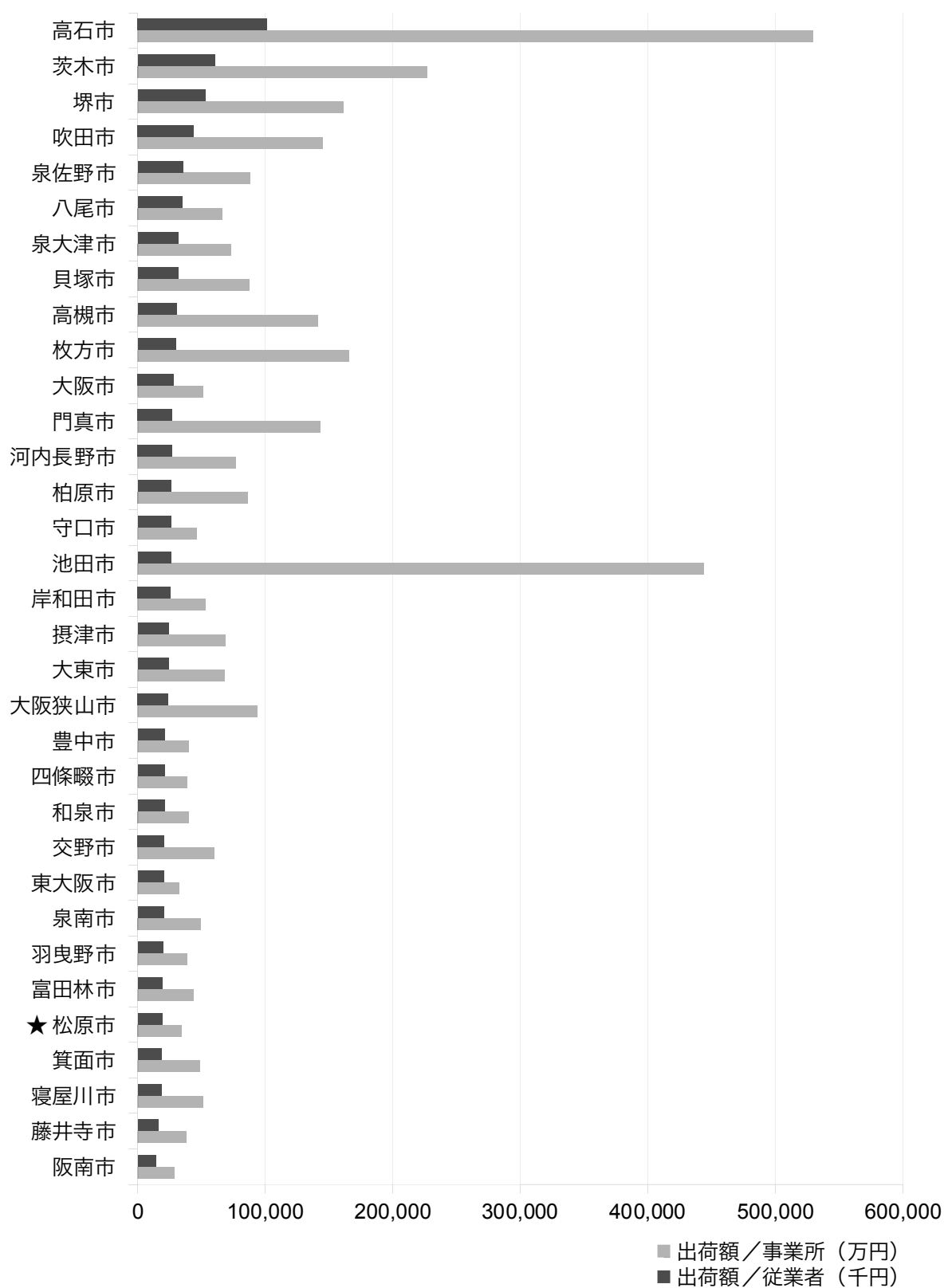
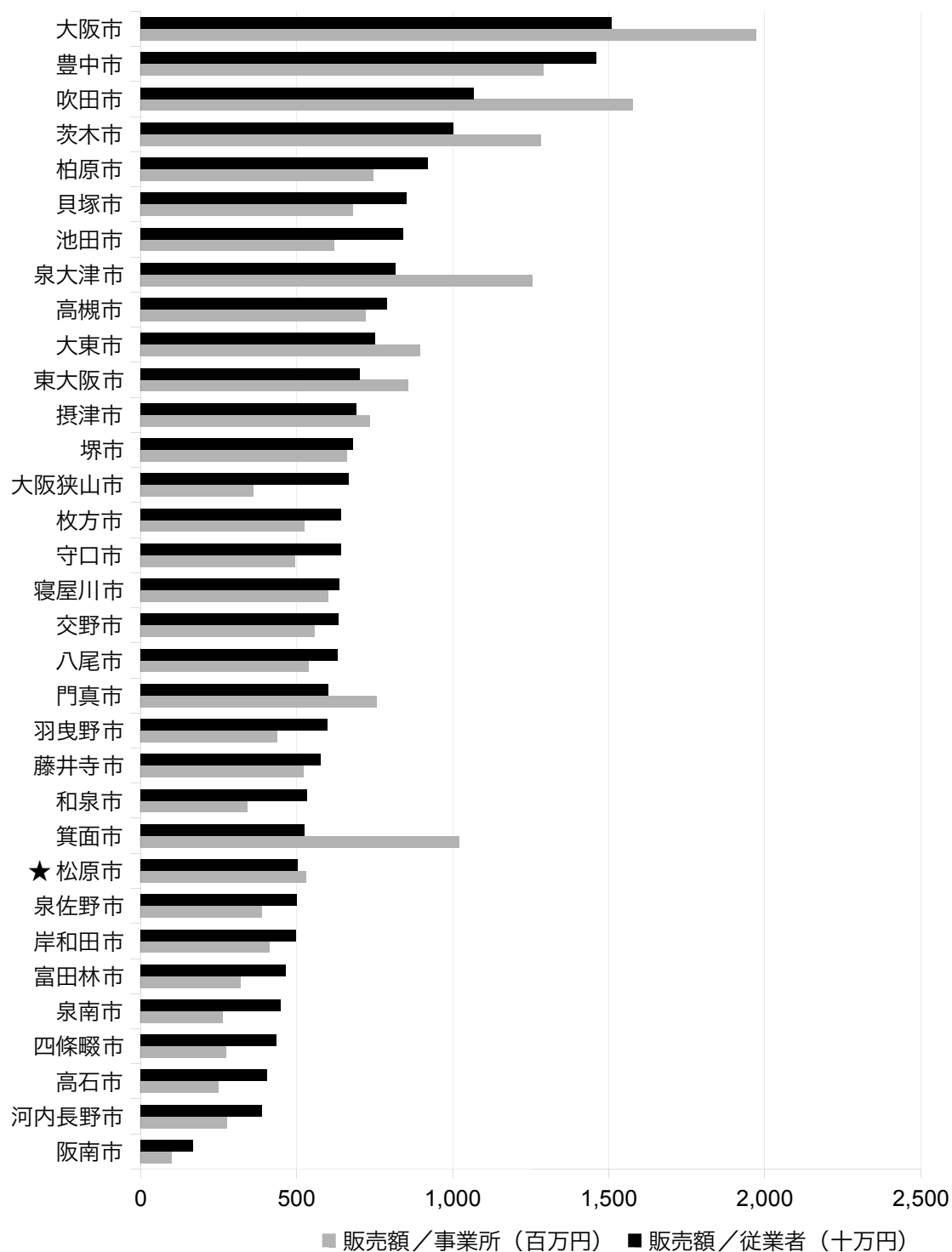
大阪狭山市
富田林市
羽曳野市
泉佐野市
八尾市
★松原市
岸和田市
寝屋川市
貝塚市
泉南市
茨木市
交野市
枚方市
和泉市
池田市
堺市
門真市
柏原市
四條畷市
高槻市
箕面市
摂津市
守口市
阪南市
大東市
吹田市
藤井寺市
東大阪市
河内長野市
高石市
豊中市
泉大津市
大阪市

■ 農家率　■ 耕地の割合 (%)

農家数、経営耕地面積：農林業センサス（平成 22 年）

世帯数：国勢調査（平成 22 年）

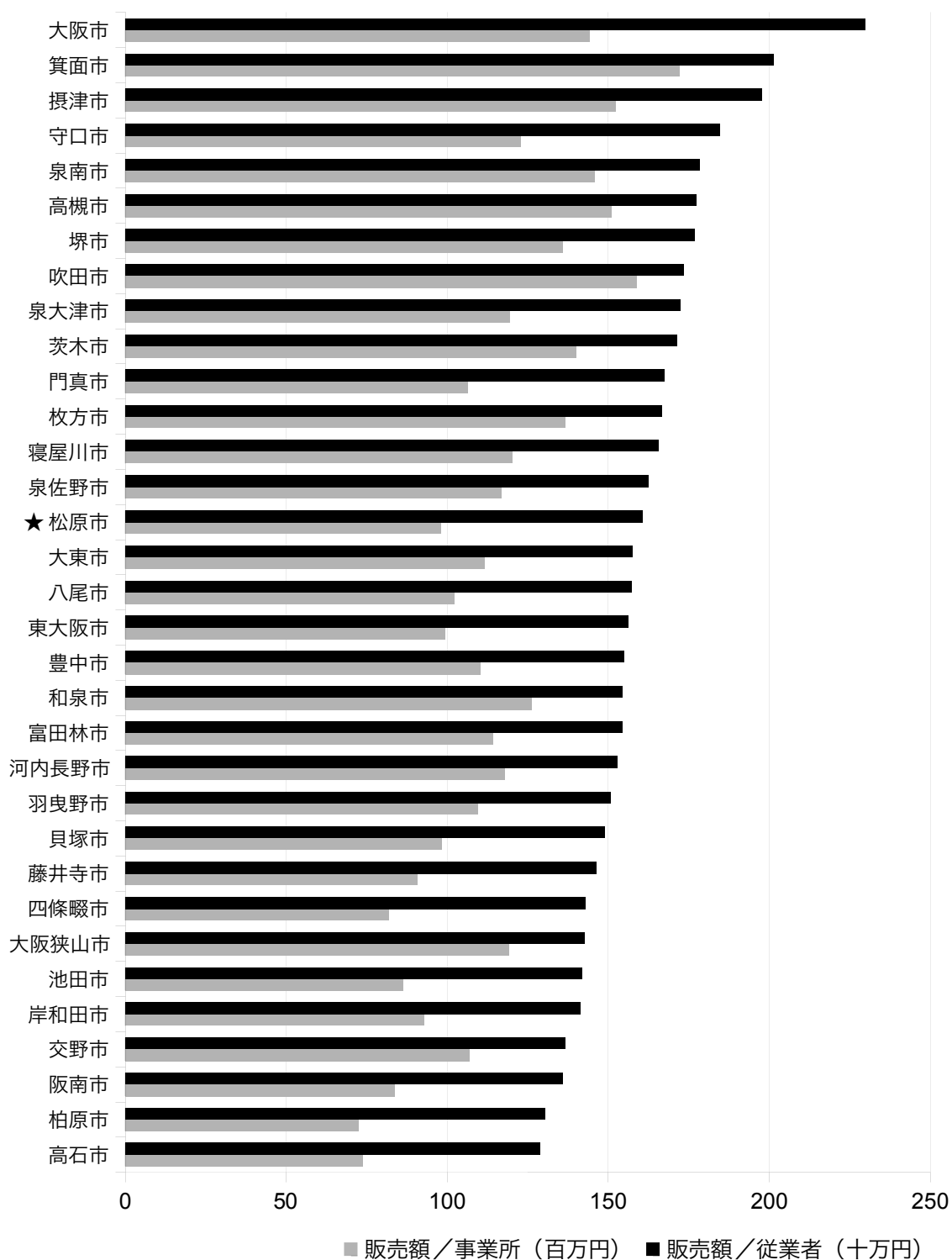
市の面積：平成 22 年全国都道府県市区町村別面積調

※ただし、豊中市と大阪市淀川区は境界未確定のため全面積を豊中市に計上。

＜グラフ21 ：事業所および従業者当たりの工業出荷額＞

<グラフ 22 ：店舗および従業者当たりの商業販売額（卸売）>

＜グラフ 23 ：店舗および従業者当たりの商業販売額（小売）＞

大阪市
箕面市
摂津市
守口市
泉南市
高槻市
堺市
吹田市
泉大津市
茨木市
門真市
枚方市
寝屋川市
泉佐野市
★松原市
大東市
八尾市
東大阪市
豊中市
和泉市
富田林市
河内長野市
羽曳野市
貝塚市
藤井寺市
四條畷市
大阪狭山市
池田市
岸和田市
交野市
阪南市
柏原市
高石市

0 50 100 150 200 250

■ 販売額／事業所（百万円） ■ 販売額／従業者（十万円）

<資料３>松原市産業振興ビジョンのためのアンケート

１.調査概要

（1）調査の目的

　松原市内の事業者の現状と考え方を把握し、松原市「産業振興ビジョン」策定の基礎資料やビジョンの内容を充実するための意見や要望を把握するために実施した。

（2）調査対象

　松原市内の「農業経営者」「工業事業者」「商業事業者」「サービス業事業者」を対象として実施。

　農業経営者は、国及び大阪府の認定農業者・市内農産物直売所に出荷されている農家を中心として、市内各地区から農家数に応じて選定した。

　工業事業者・商業事業者・サービス業事業者については、松原商工会議所の全会員を対象とした。

（3）調査期間

　平成 23 年 9 月 15 日～平成 23 年 10 月 7 日

（4）調査方法

　郵送による配布・回収

（5）調査票の配布と回収の状況

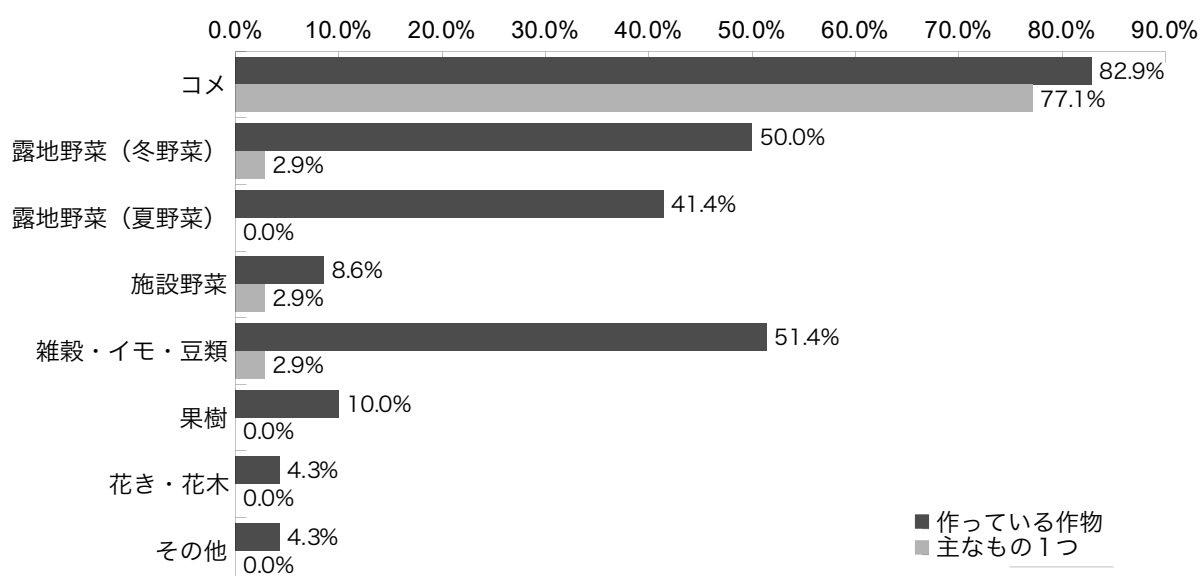
調査対象	配布数	回収数	回収率
農業経営者	201	70	34.8%
工業事業者	391	77	19.7%
商業事業者	425	115	27.1%
サービス業事業者	493	81	16.4%
合　　計	1510	343	22.7%

2.調査結果

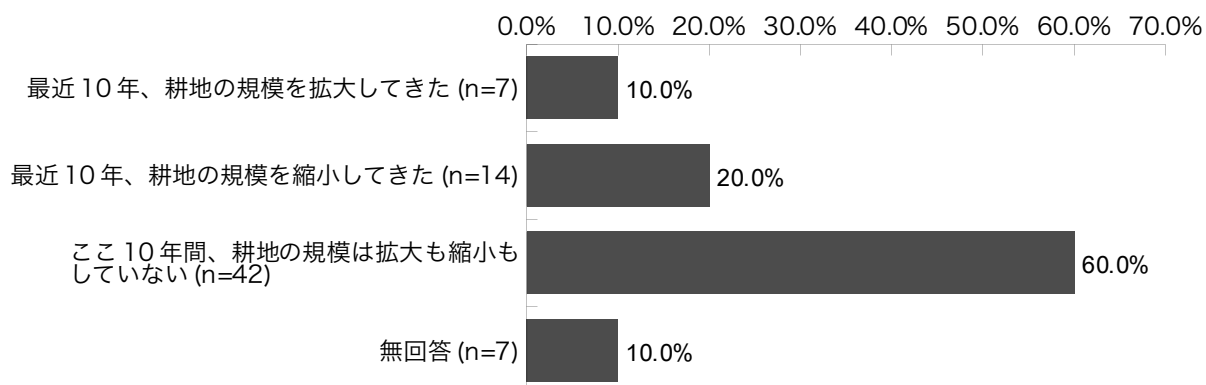
A. 農業部門

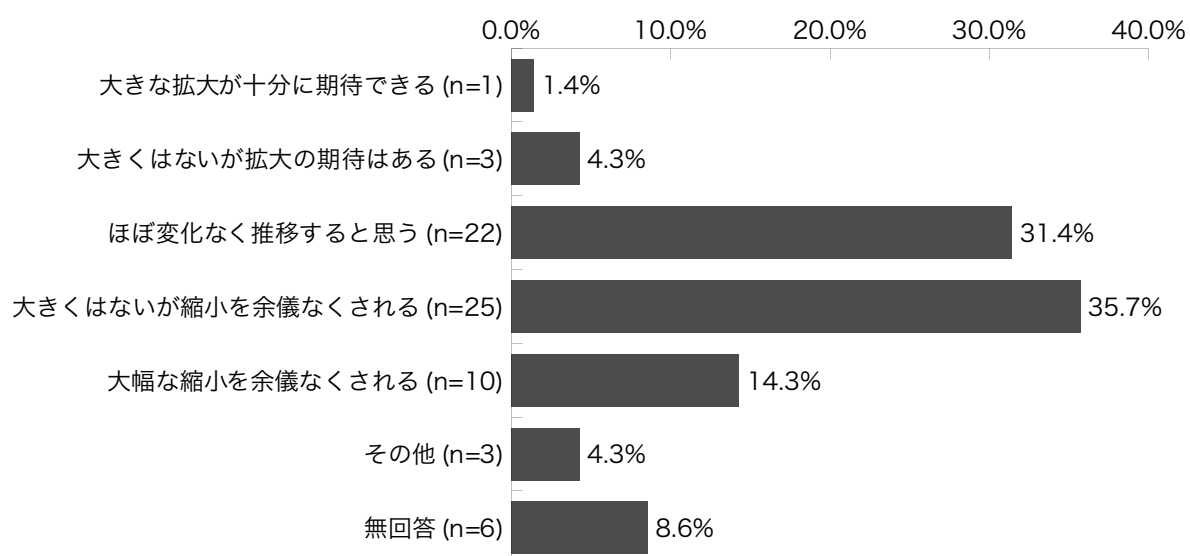
1.回等農家の属性分布

・コメを主とする農家が約８割
・夏野菜、冬野菜、穀類を各約半数の農家が栽培
・耕作農地規模は 5a 未満から 2ha 以上まで分散。1ha 以上は少ない
・従事者数が 1〜3 人がほとんど。家族以外は少ない
・派遣利用は少なく、パート、アルバイトは 1〜2 人が多い

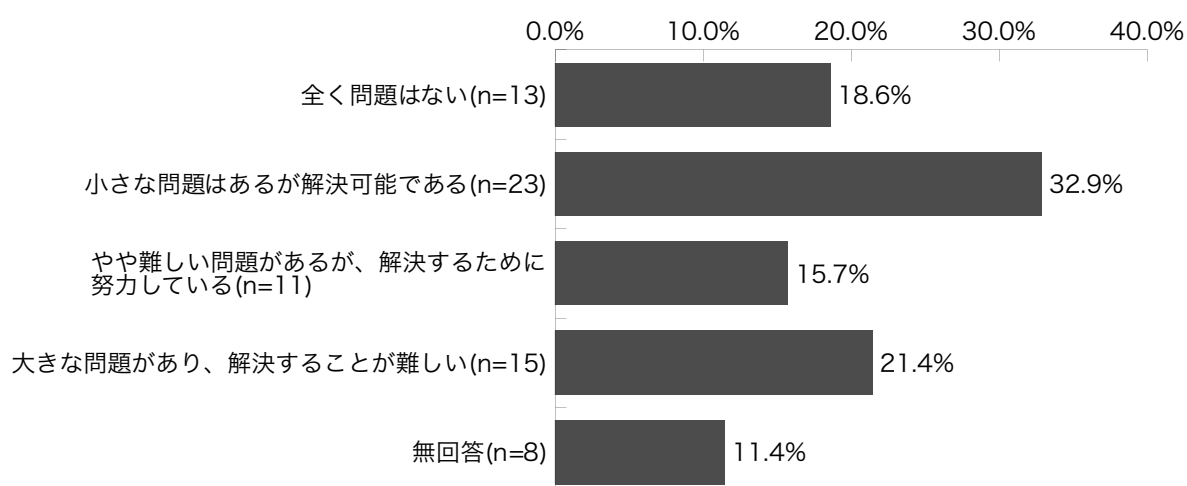
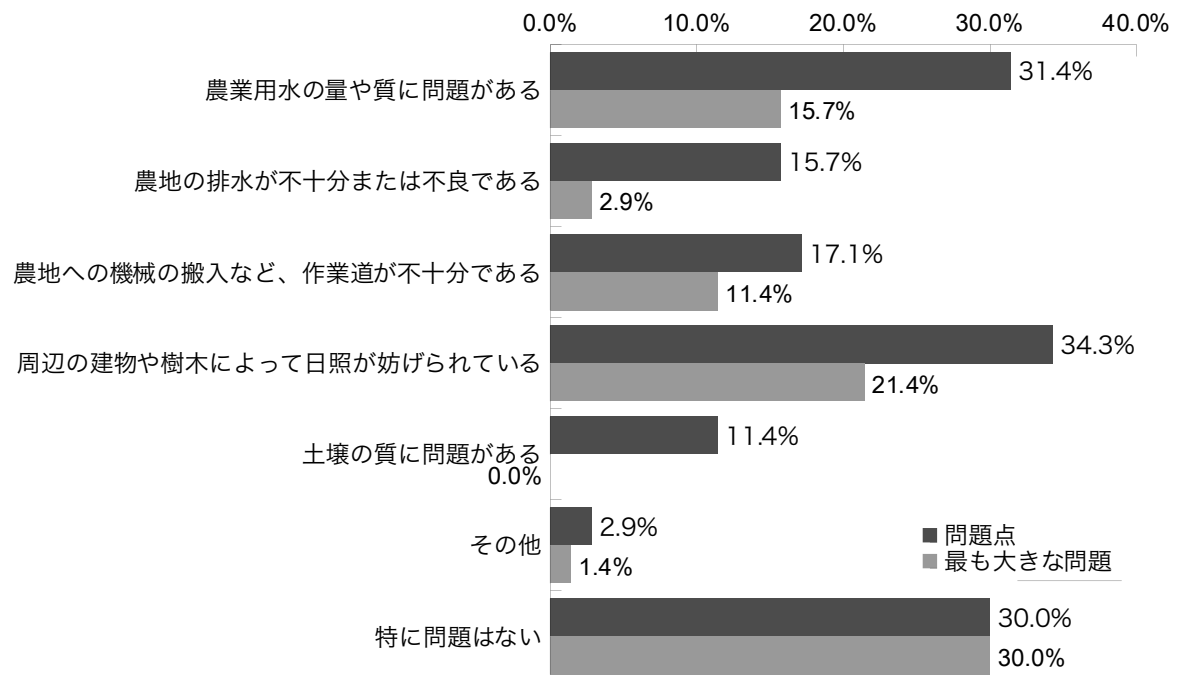
＜図 a-1　栽培作物＞

2.耕作規模の拡大／縮小の傾向

・約６割が変化なし。縮小傾向がやや多い
・縮小開始時期は平成 15 年、18 年がやや多いが、分散
・縮小規模は、-20%以下がほとんど

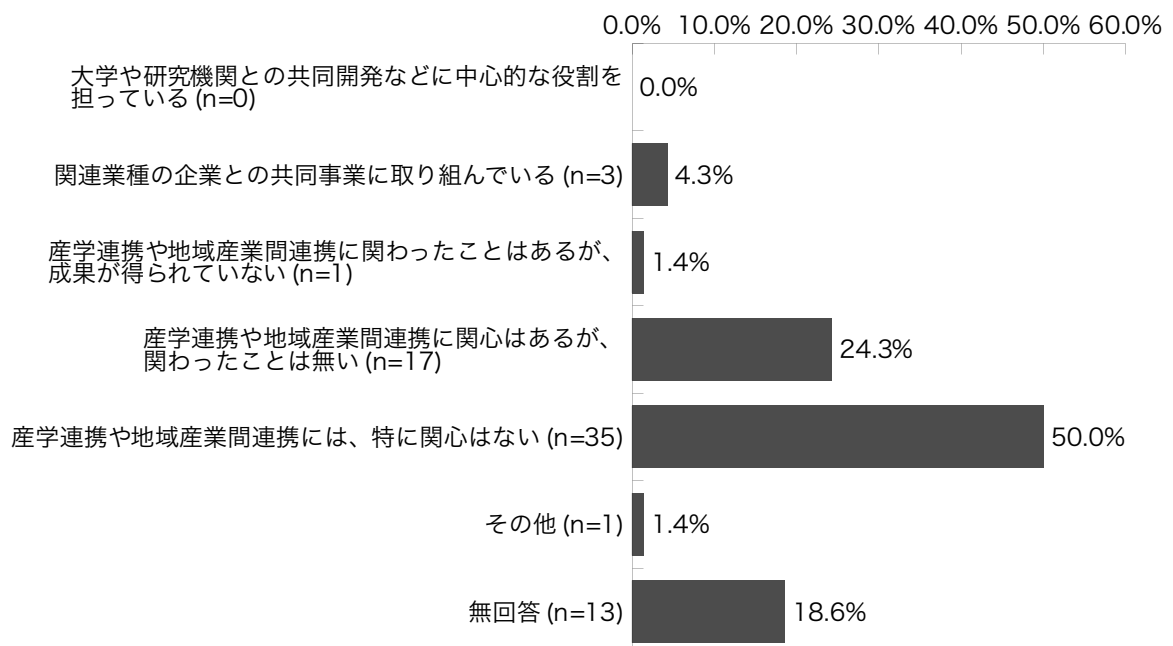
＜図 a-2＞　耕作規模の変化

・今後の予測は、縮小側が多い

＜図 a-3　今後の予測＞

3.農業環境について

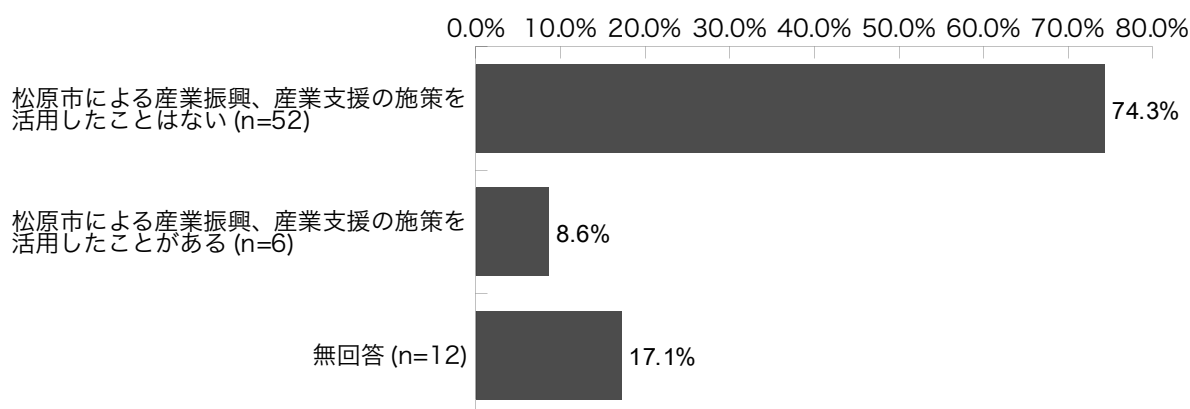
・農地環境では「問題あり」が約７割。内「解決困難」が約２割
・出荷交通は、「近隣道路未整備」「準幹線未整備」「幹線未整備」
・耕作交通は、所要時間 10 分以内がほとんど。30 分以上もあり
・従業員確保は、７割以上が「雇用予定なし」。農繁期等の雇用期待あり
・農地基盤は、「日照」「用水」「作業道」「排水」「土壌」が多い

＜図 a-4　農地環境の課題について＞

＜図 a-5　農業環境の課題＞

4.産業連携・産学連携について

・半数が「関心なし」
・「関心はあるが経験なし」が約 1/4
・少数（3 件）だが、共同事業中あり

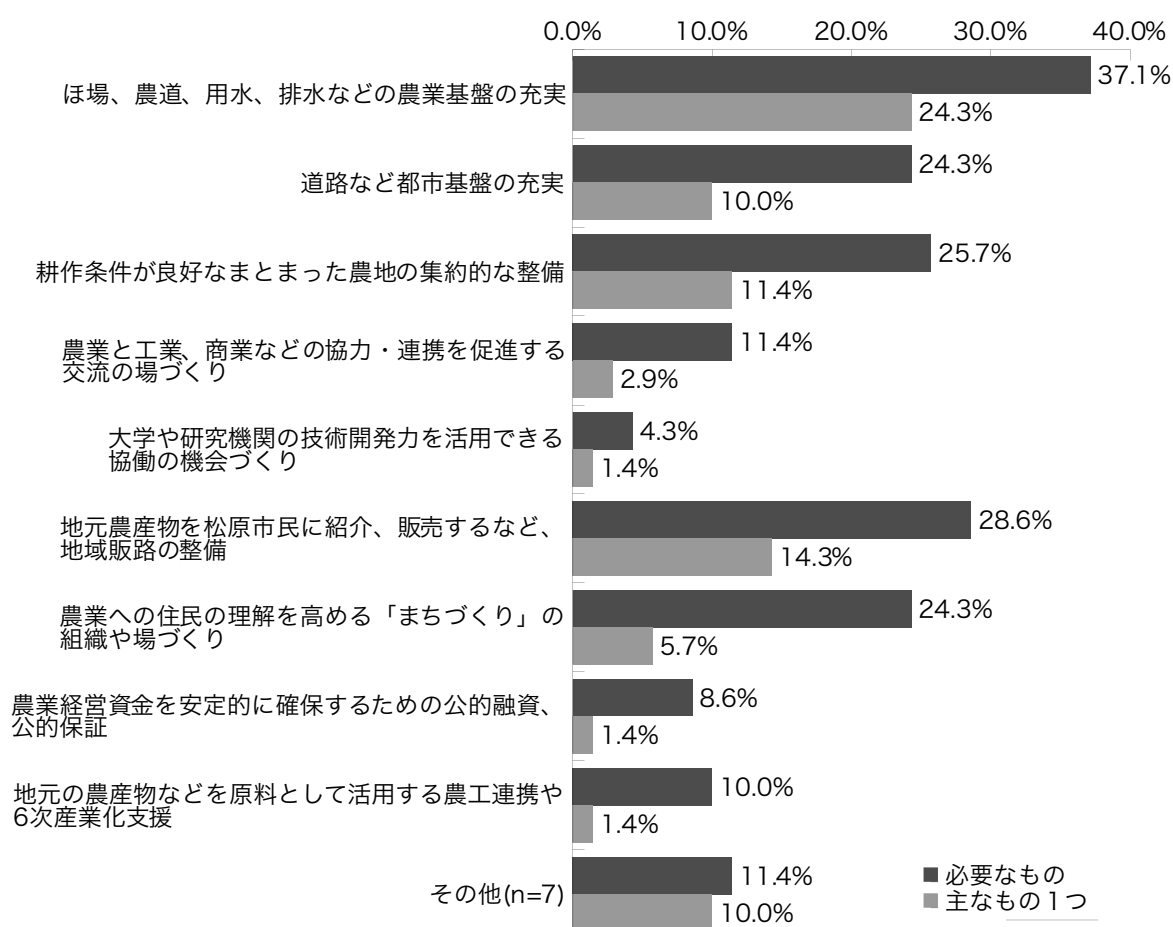
＜図 a-6　産学連携について＞

5.産業振興施策の活用経験

・「活用経験なし」が、７割以上

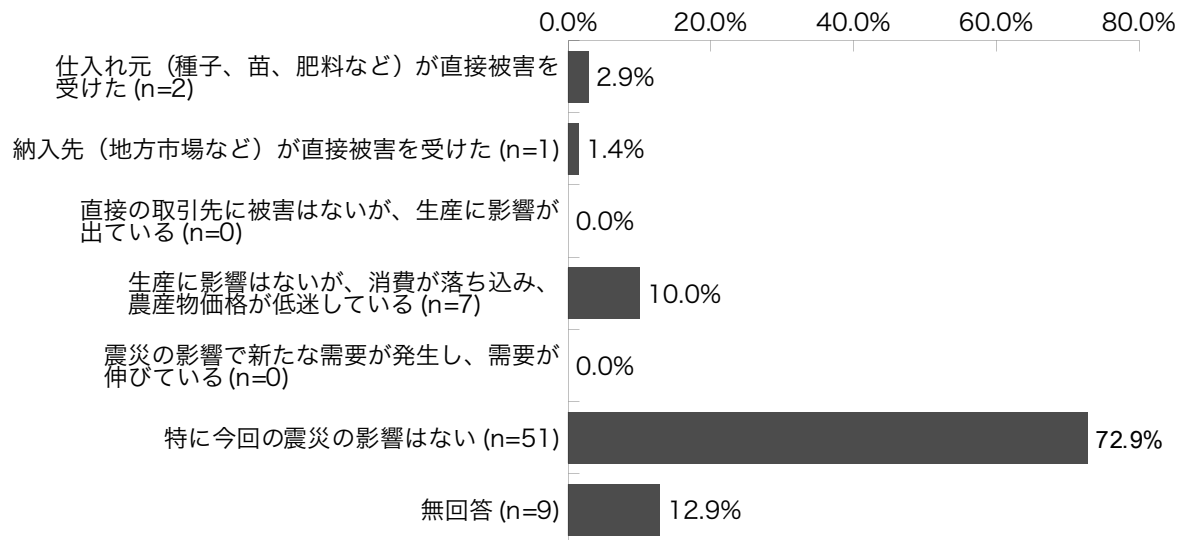
＜図 a-7　産業振興施策の活用経験＞

6.重点とすべき産業支援施策

・「農業基盤整備」が約 1/4 と最も多い
・これに「地域販路」「農地集約化」「都市基盤」「まちづくり」が次ぐ
・次点以下も同様の傾向

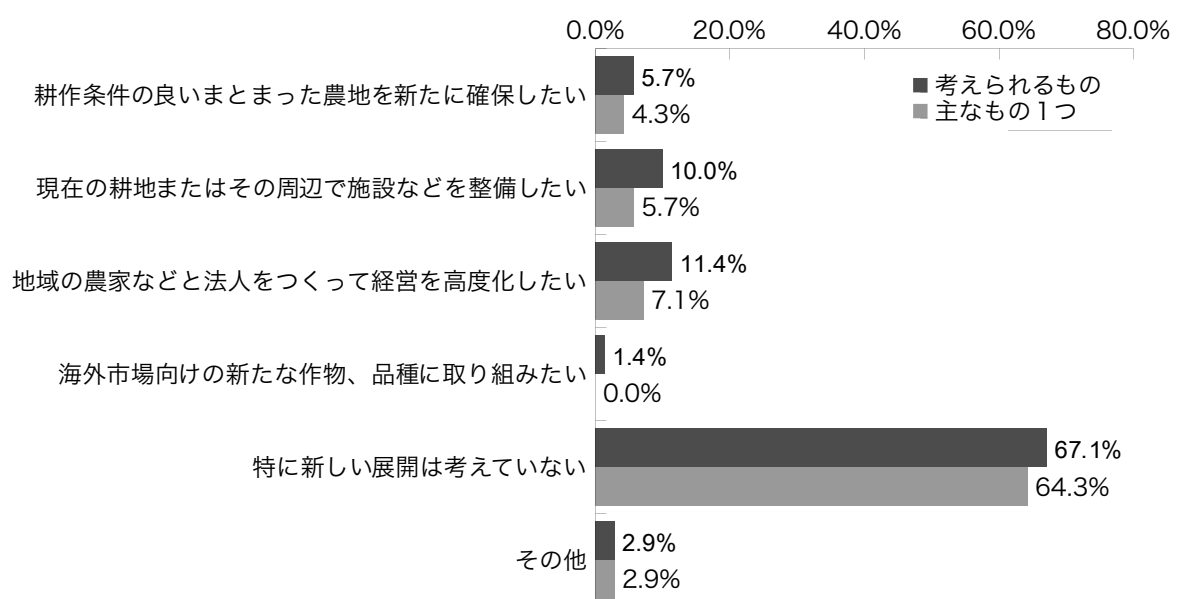
＜図 a-8　重点とすべき産業支援施＞

	必要なもの	主なもの１つ
ほ場、農道、用水、排水などの農業基盤の充実	37.1%	24.3%
道路など都市基盤の充実	24.3%	10.0%
耕作条件が良好なまとまった農地の集約的な整備	25.7%	11.4%
農業と工業、商業などの協力・連携を促進する交流の場づくり	11.4%	2.9%
大学や研究機関の技術開発力を活用できる協働の機会づくり	4.3%	1.4%
地元農産物を松原市民に紹介、販売するなど、地域販路の整備	28.6%	14.3%
農業への住民の理解を高める「まちづくり」の組織や場づくり	24.3%	5.7%
農業経営資金を安定的に確保するための公的融資、公的保証	8.6%	1.4%
地元の農産物などを原料として活用する農工連携や6次産業化支援	10.0%	1.4%
その他(n=7)	11.4%	10.0%

7.東日本大震災の影響

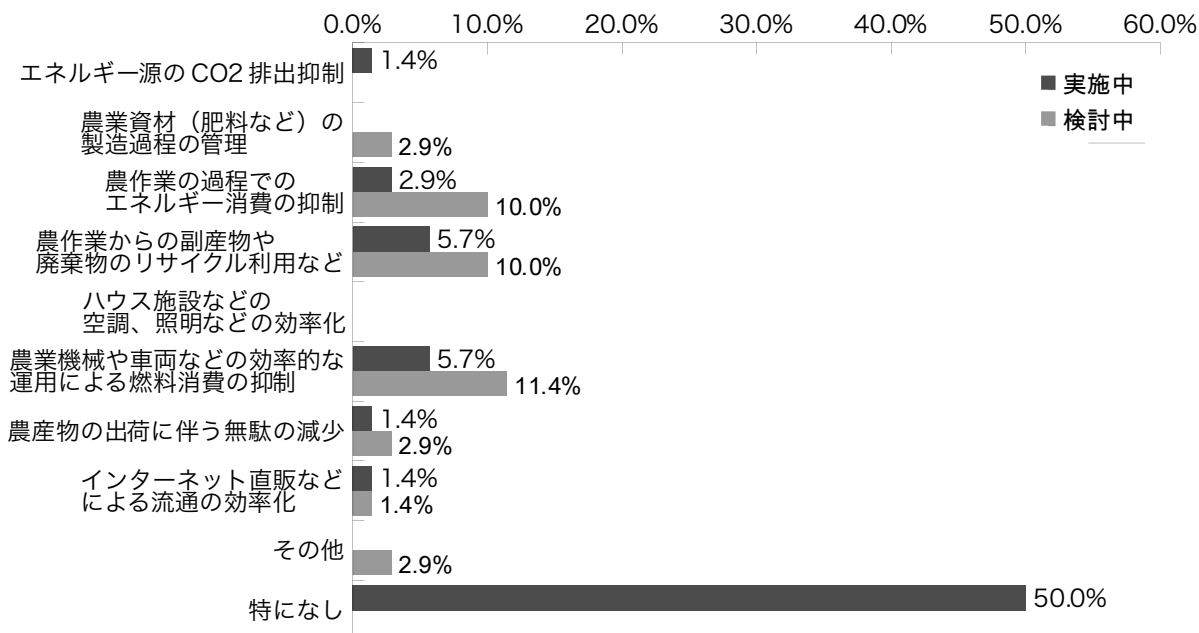
・7 割以上が「影響なし」
・影響では、間接的な「消費落ち込み」が 1 割と、最も多い
・影響程度は-5～-75%に分散
・影響の現状は「継続」「終息」が同数

＜図 a-9　東日本大震災の影響＞

8.農地確保と農業展開

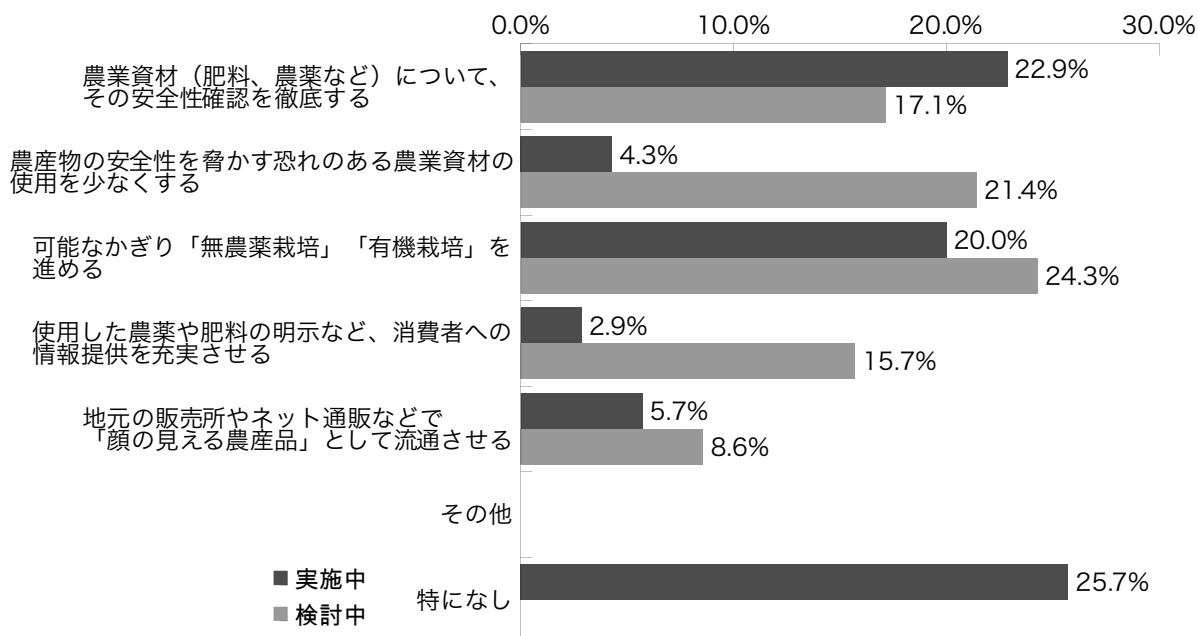
・6 割以上が「新展開は考えていない」
・少数だが「経営高度化」「施設整備」「農地の新規確保」に意欲

＜図 a-10　農地確保と農業展開＞

9.地球温暖化対策

・実施中は「リサイクル」「車両等の燃料消費抑制」が比較的多い
・検討中では「農作業でのエネルギー消費抑制」が比較的多い

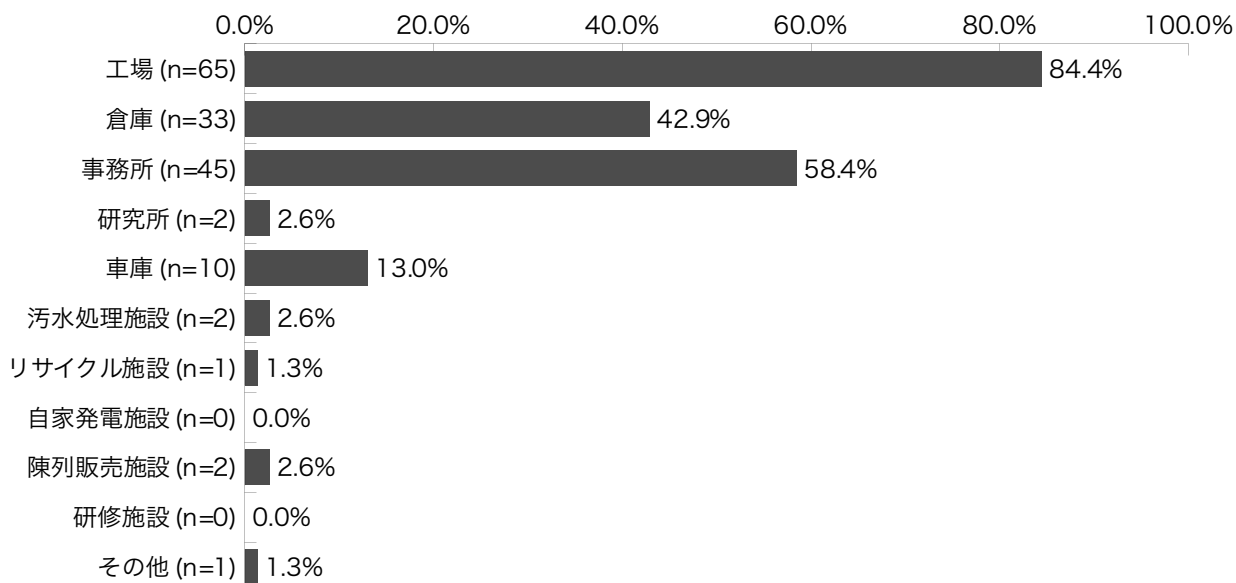
＜図 a-11　地球温暖化対策＞

10.消費者の安全性への関心への対応

・実施中では「資材の安全性確認」「無農薬・有機」が多い
・検討中では「安全不安の資材使用抑制」「消費者への情報提供」が多い

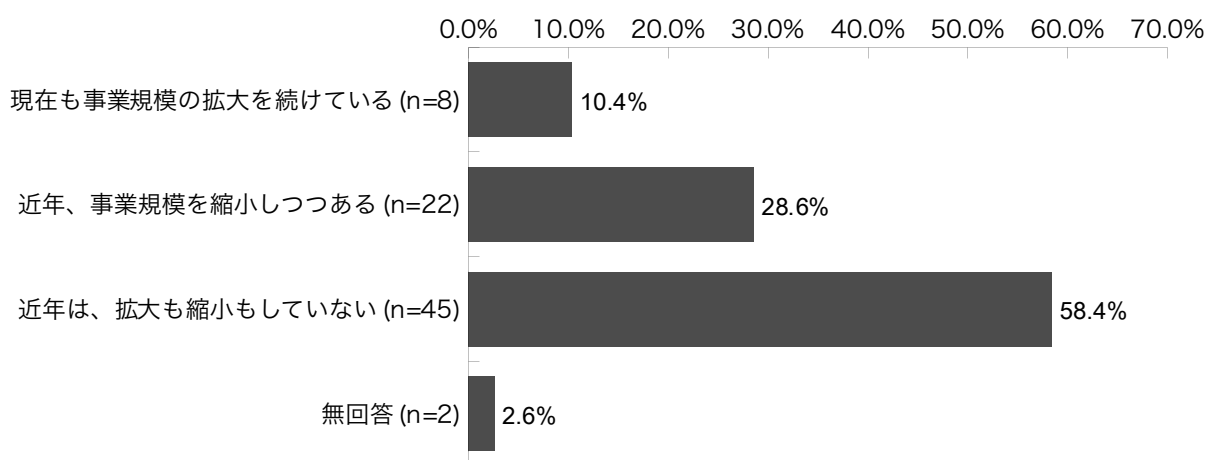
＜図 a-12　消費者の安全性への関心への対応＞

B.工業部門

1.回等事業所の規模など

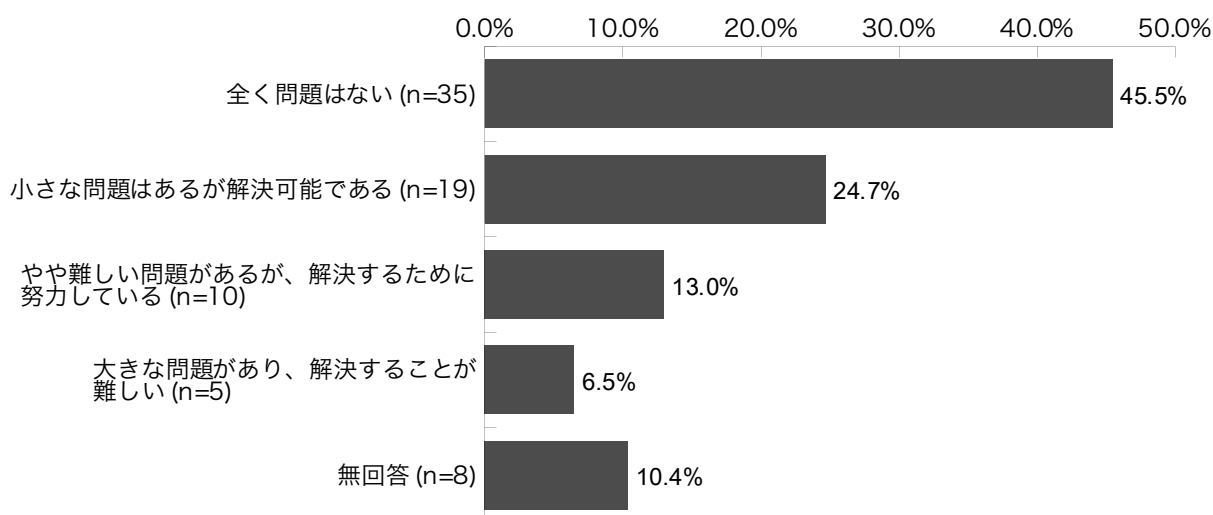
・従業員規模が 2〜6 人の小規模な事業所が多い
・正規従業員に比べて派遣、パート、アルバイトは少ない

＜図 b-1　利用施設＞

2.事業の拡大／縮小の傾向

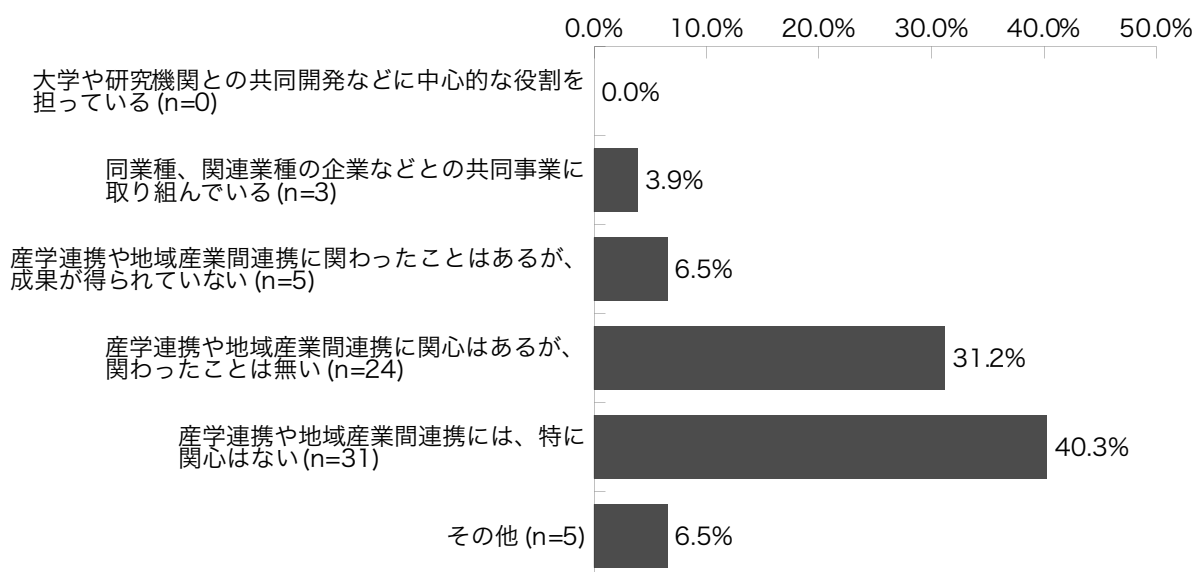
・拡大傾向の事業所よりも、縮小傾向の事業所が多い
・縮小開始時期は平成 5 年以降、現在まで分散している
・縮小規模はほぼ-30%以下だが、-30%にピークがある
・今後の予測は、やや縮小側が多い

＜図 b-2　事業の拡大・縮小の傾向＞

3.事業環境について

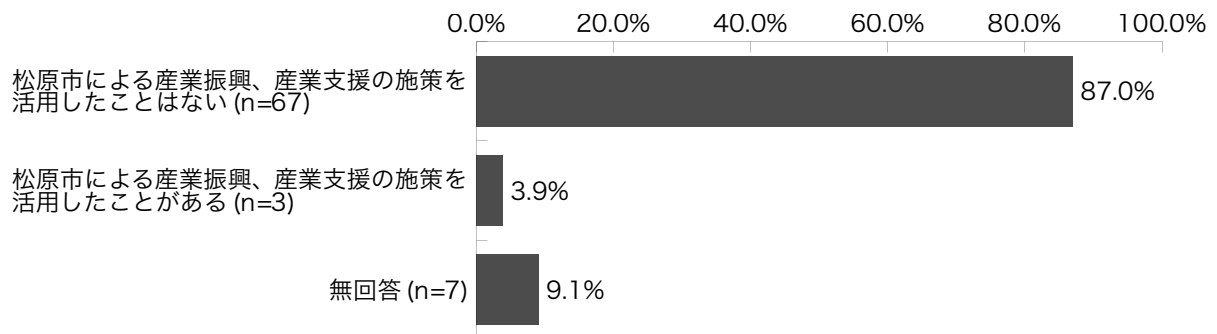
・立地環境は、約半数が「問題あり」
・物流交通は、「幹線の渋滞」「近隣道路の未整備」が多い
・通勤交通は、「駅からの利便不良」が多く、「安全不安」「渋滞」が次ぐ
・従業員確保は、「希望多数も意欲・姿勢に問題」が多い
・エネルギー・水は、ほぼ満足。工業用水への不満はない

＜図 b-3　事業環境について＞

4.産業連携・産学連携について

・「連携なし」「関心なし」が７割以上
・「中心的な役割を担う」は、なし

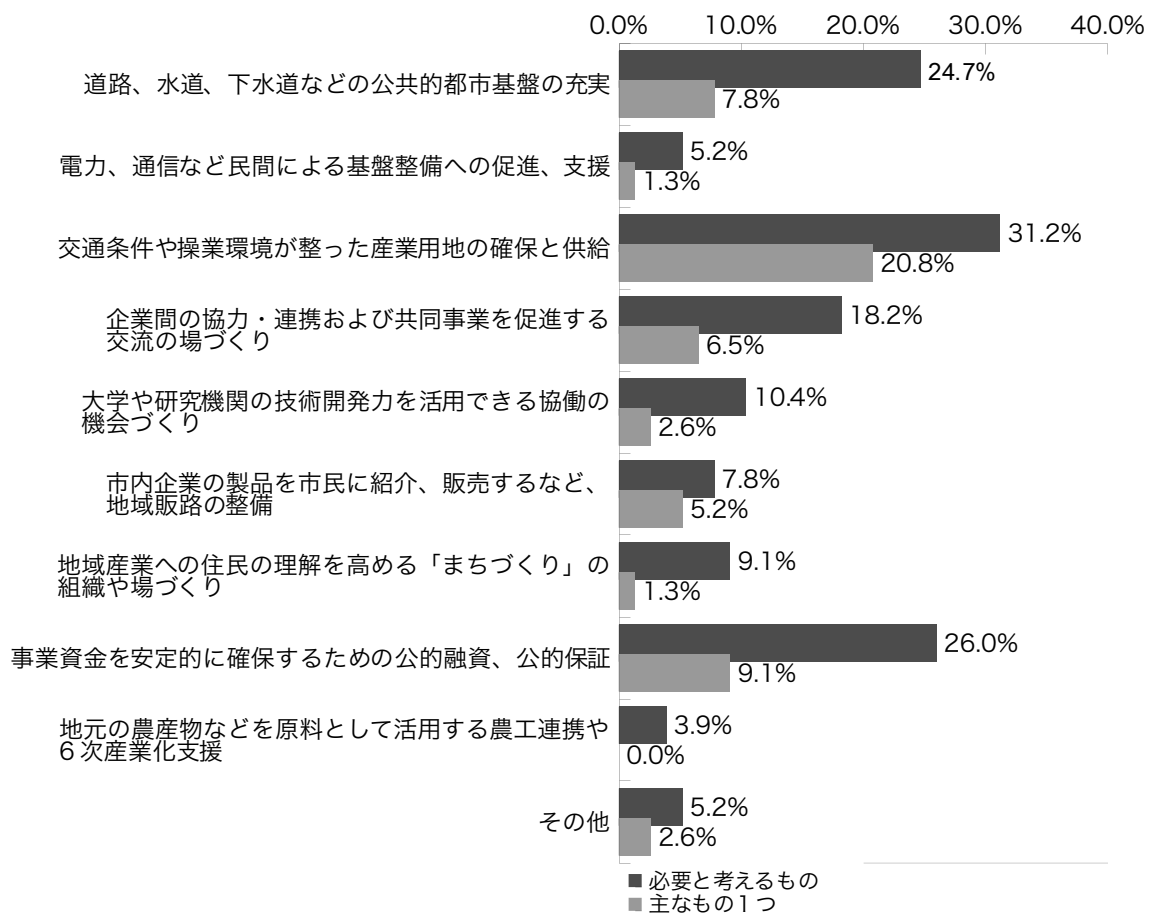
＜図 b-4　産業連携・産学連携について＞

5.産業振興施策の活用経験

・「活用経験なし」が、約９割

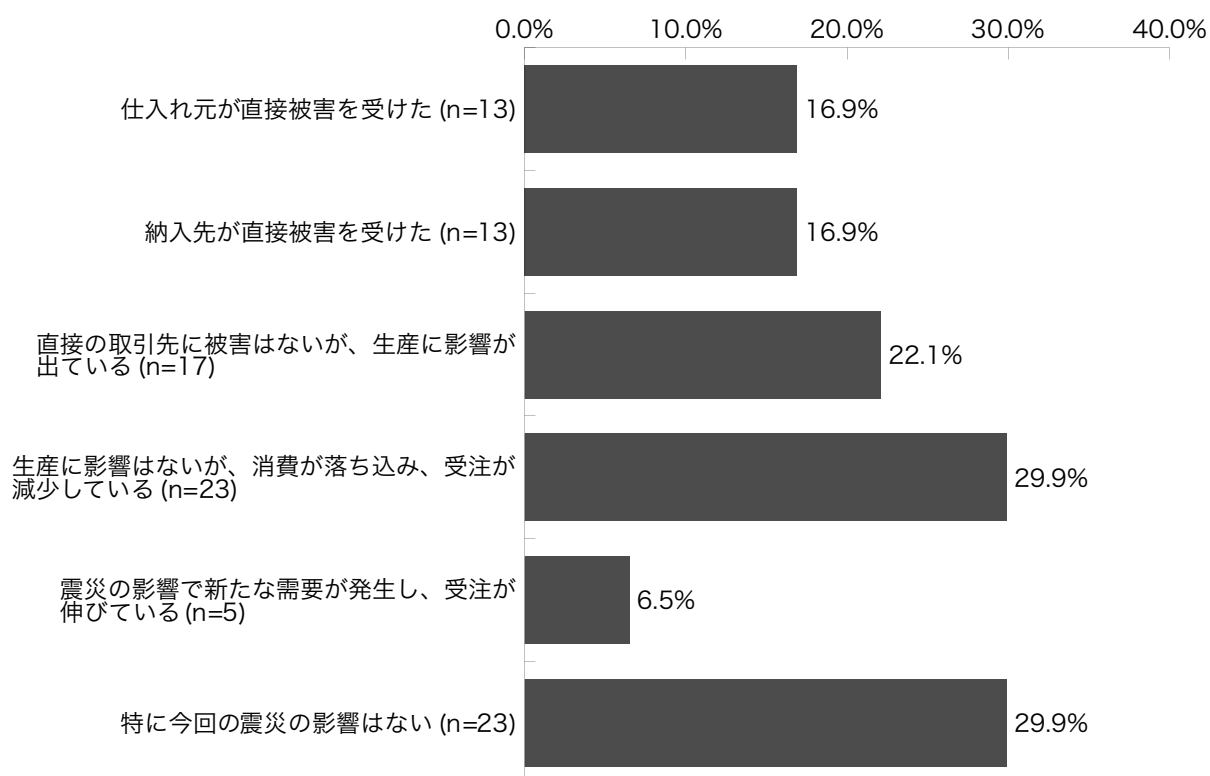
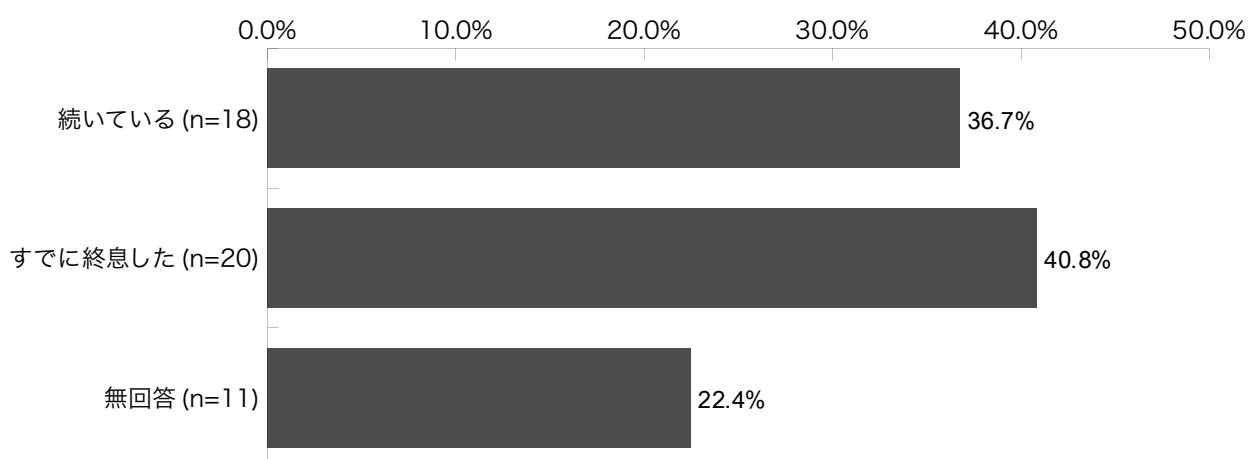
＜図 b-5　産業振興施策の活用経験＞

6.重点とすべき産業支援施策

・「産業用地確保」が最も多く、約２割
・これに「資金」「都市基盤」が次ぐ
・これらに次いで「交流の場」「地域販路」が次ぐ

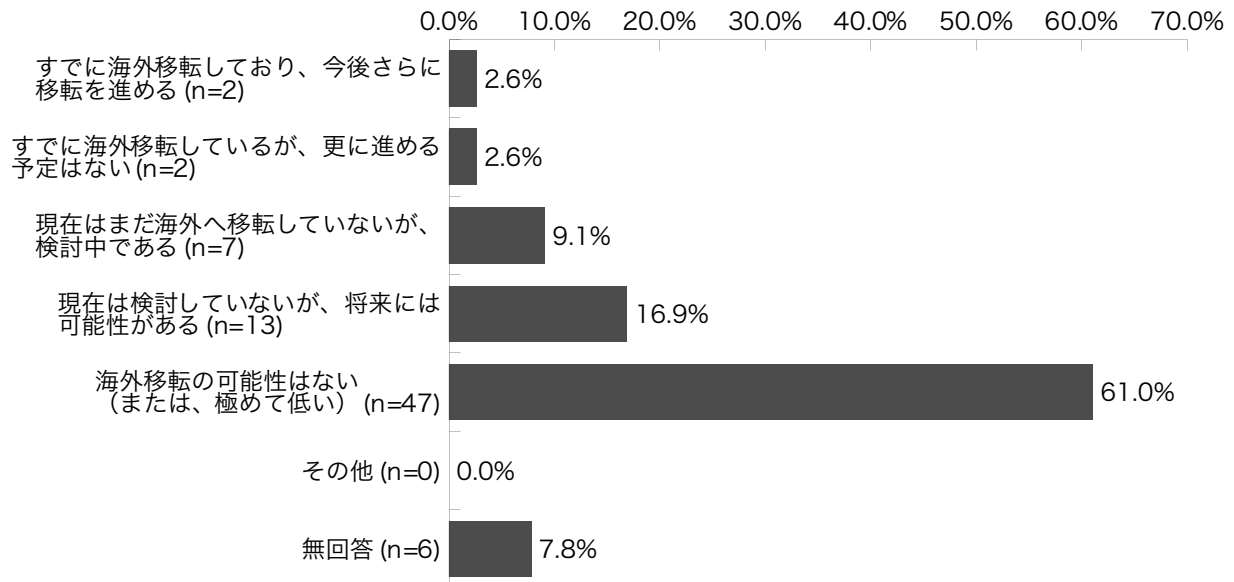
＜図 b-6　重点とすべき産業支援施策＞

	必要と考えるもの	主なもの１つ
道路、水道、下水道などの公共的都市基盤の充実	24.7%	7.8%
電力、通信など民間による基盤整備への促進、支援	5.2%	1.3%
交通条件や操業環境が整った産業用地の確保と供給	31.2%	20.8%
企業間の協力・連携および共同事業を促進する交流の場づくり	18.2%	6.5%
大学や研究機関の技術開発力を活用できる協働の機会づくり	10.4%	2.6%
市内企業の製品を市民に紹介、販売するなど、地域販路の整備	7.8%	5.2%
地域産業への住民の理解を高める「まちづくり」の組織や場づくり	9.1%	1.3%
事業資金を安定的に確保するための公的融資、公的保証	26.0%	9.1%
地元の農産物などを原料として活用する農工連携や６次産業化支援	3.9%	0.0%
その他	5.2%	2.6%

7.東日本大震災の影響

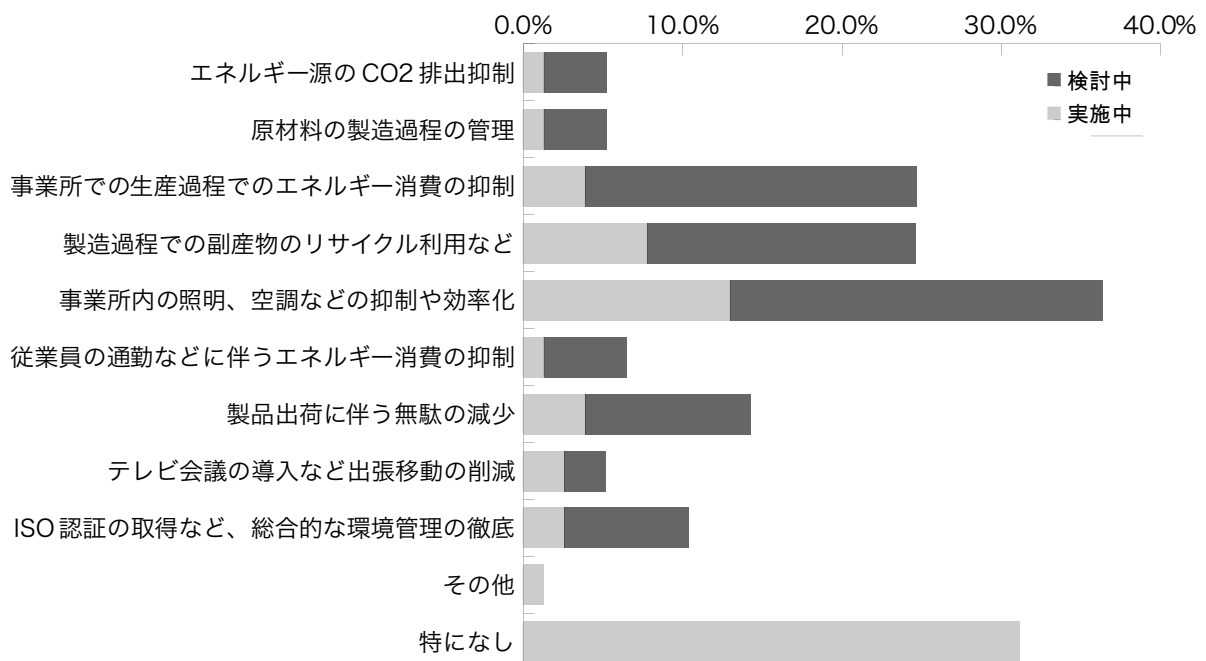
・ほぼ7割が「何らかの影響」を受けている
・影響のほとんどは「受注減」などのマイナスの影響
・影響程度は-10〜-30%に多く、分散している
・影響の現状は「継続」「終息」が、相半ばする

＜図 b-7　東日本大震災の影響＞

＜図 b-8　影響の継続状況＞

8.海外移転について

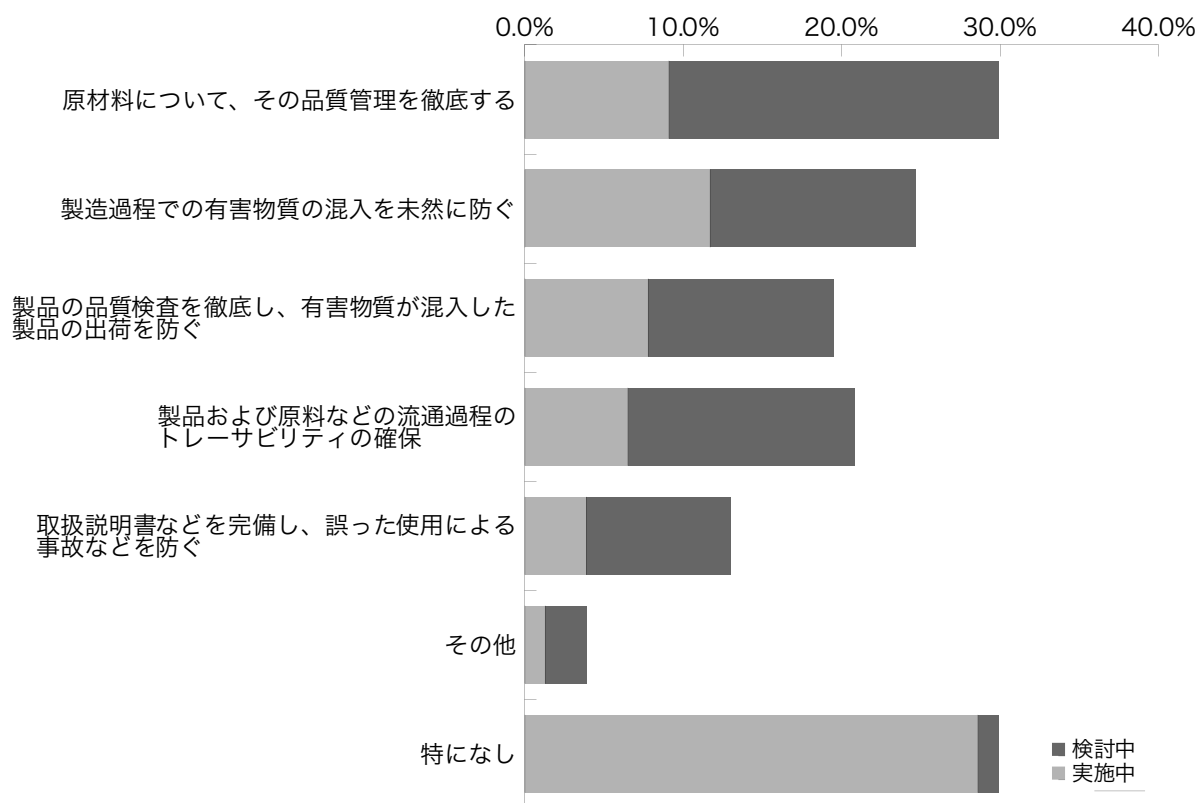
・すでに移転しているものは少ない（約5%）
・6割以上が「移転の可能性はない」

＜図 b--9　海外移転について＞

9.地球温暖化対策

・「事業所内の省エネ」が最も多く、「リサイクル」がこれに次ぐ
・これらに「生産効率化」「無駄の縮減」が次ぐ

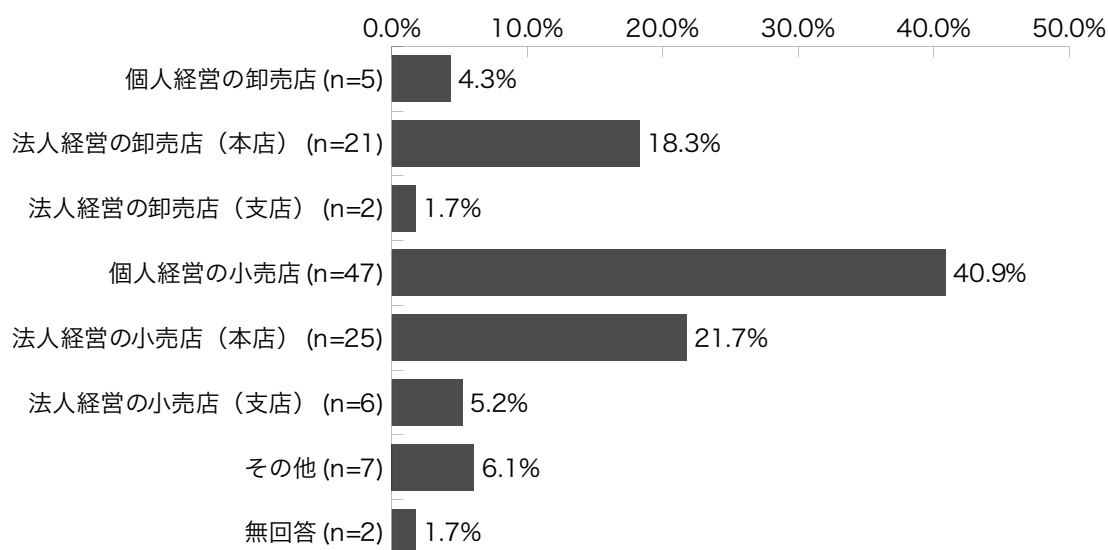
＜図 b-10　地球温暖化対策＞

10.消費者の安全性への関心への対応

・実施中では「混入防止」「原料品質」「製品品質管理」の順
・検討中では「原料品質」「トレーサビリティ」「混入防止」の順

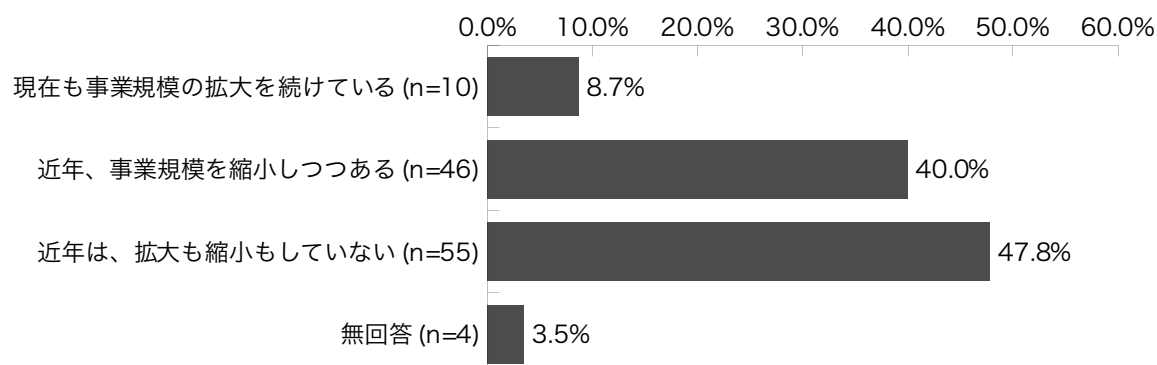
＜図 b-11　消費者の安全性への関心への対応＞

C.商業部門

1.回等事業所の属性分布

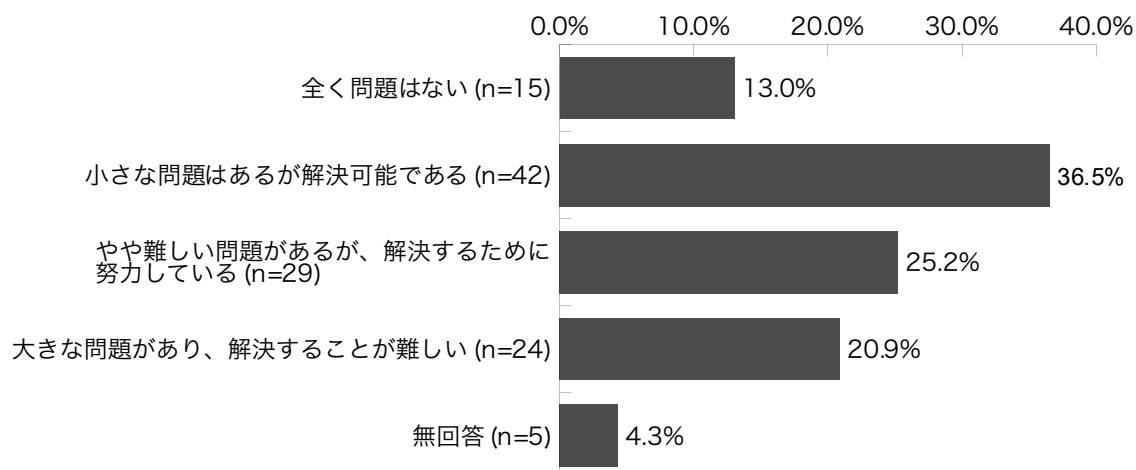
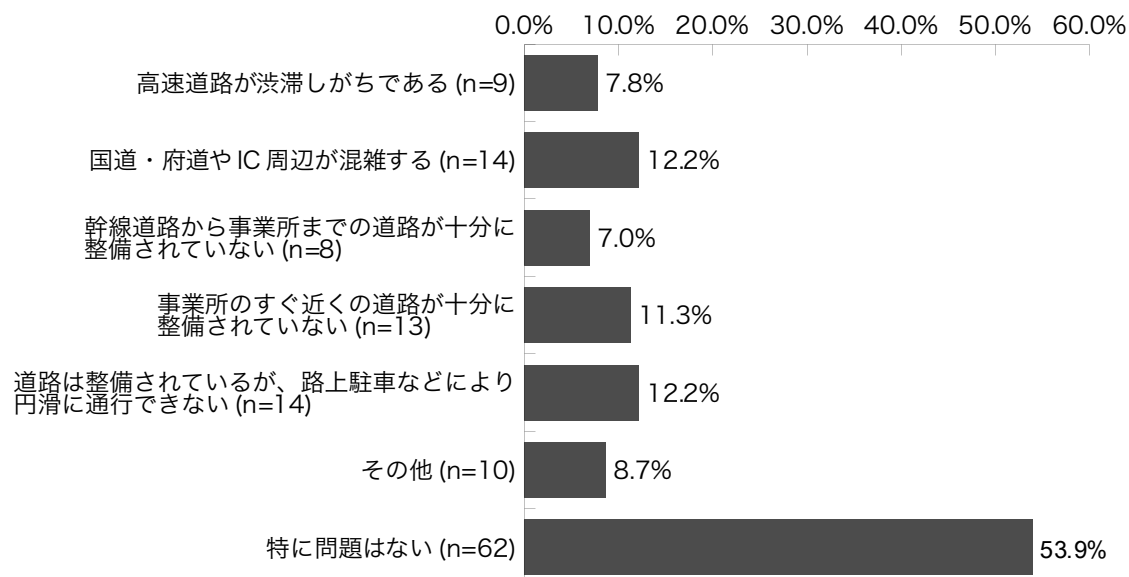
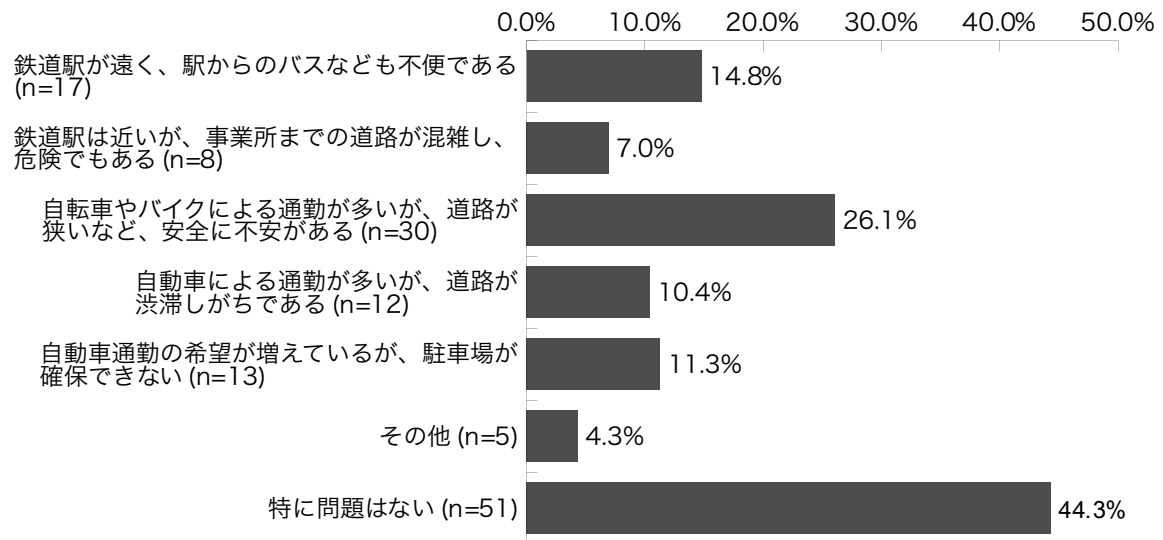
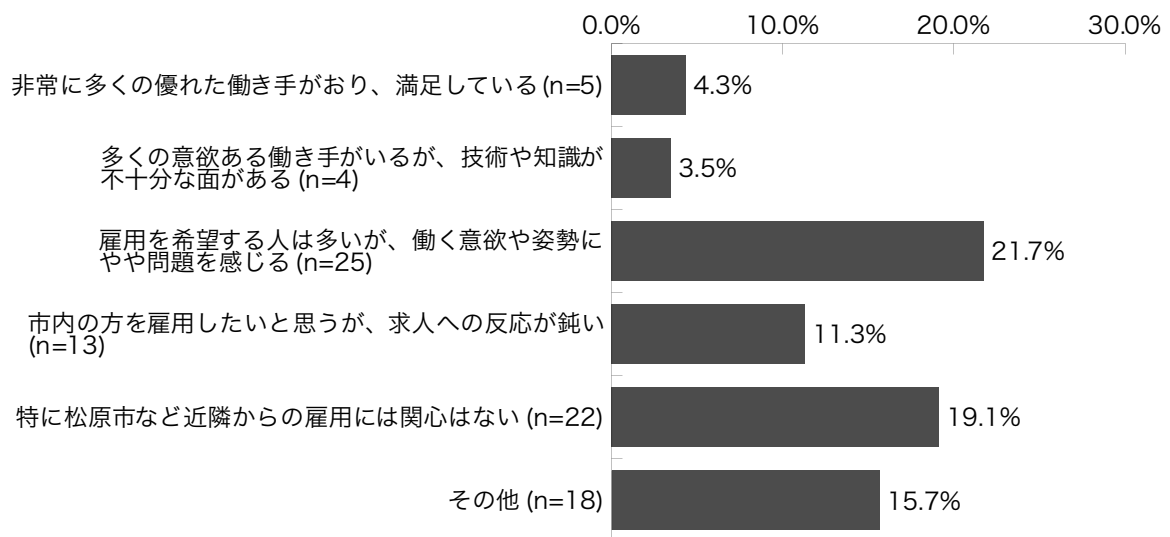
・「個人小売店」「法人小売店本店」「法人卸売店本店」の順
・従業員規模が 1～2 人の小規模店舗が多い
・派遣はほとんどなく、パート、アルバイトは 1～2 人が多い

＜図 c-1　事業所の属性＞

2.事業の拡大／縮小の傾向

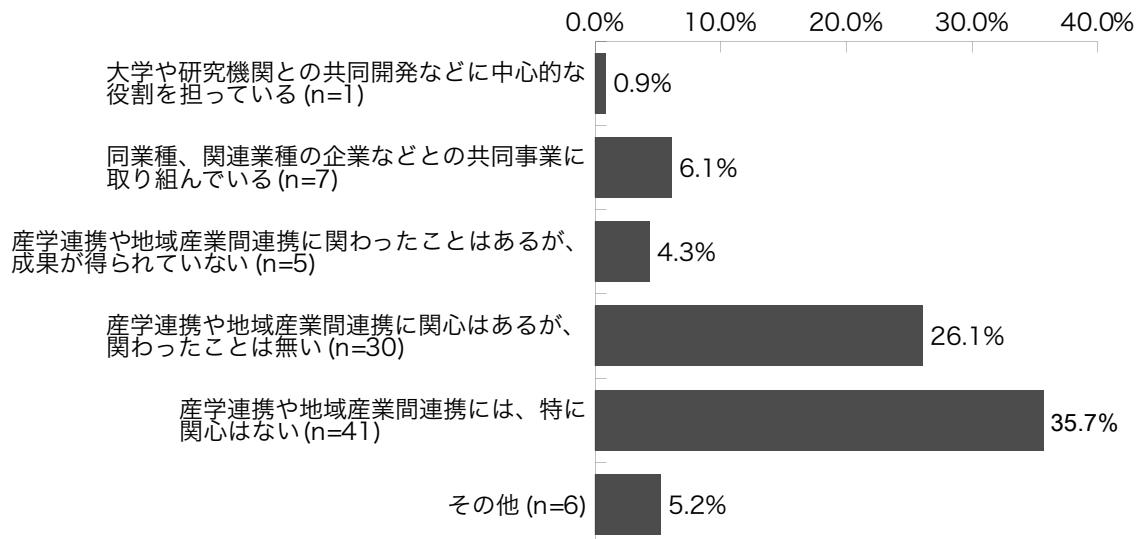
・拡大傾向の事業所よりも、縮小傾向の事業所が多い
・縮小開始時期は平成 10 年、20 年、15 年、5 年の順に多い
・縮小規模はほぼ-10%にピークがあるが、-30%以上の減少も多い
・今後の予測は、やや縮小側が多い

＜図 c-2　事業の拡大／縮小の傾向＞

3.事業環境について

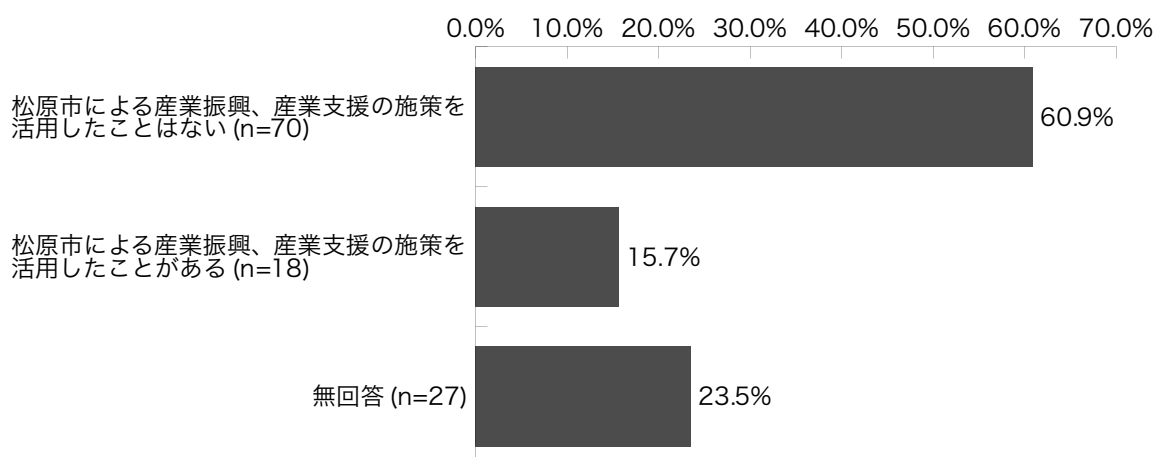
・立地環境は、約８割が「問題あり」。約５割が「難しい」
・物流交通は、「幹線の渋滞」「路上駐車」「近隣道路の未整備」
・通勤交通は、「安全不安」「駅からの利便」「渋滞」
・従業員確保は、「希望多数も意欲・姿勢に問題」が多い
・地産地消は、「関心なし」が約６割。

＜図 c-3　事業環境について＞

＜図 c-4　物流についての課題＞

＜図 c-5　通勤についての課題＞

＜図 c-6　人材についての課題＞

4.産業連携・産学連携について

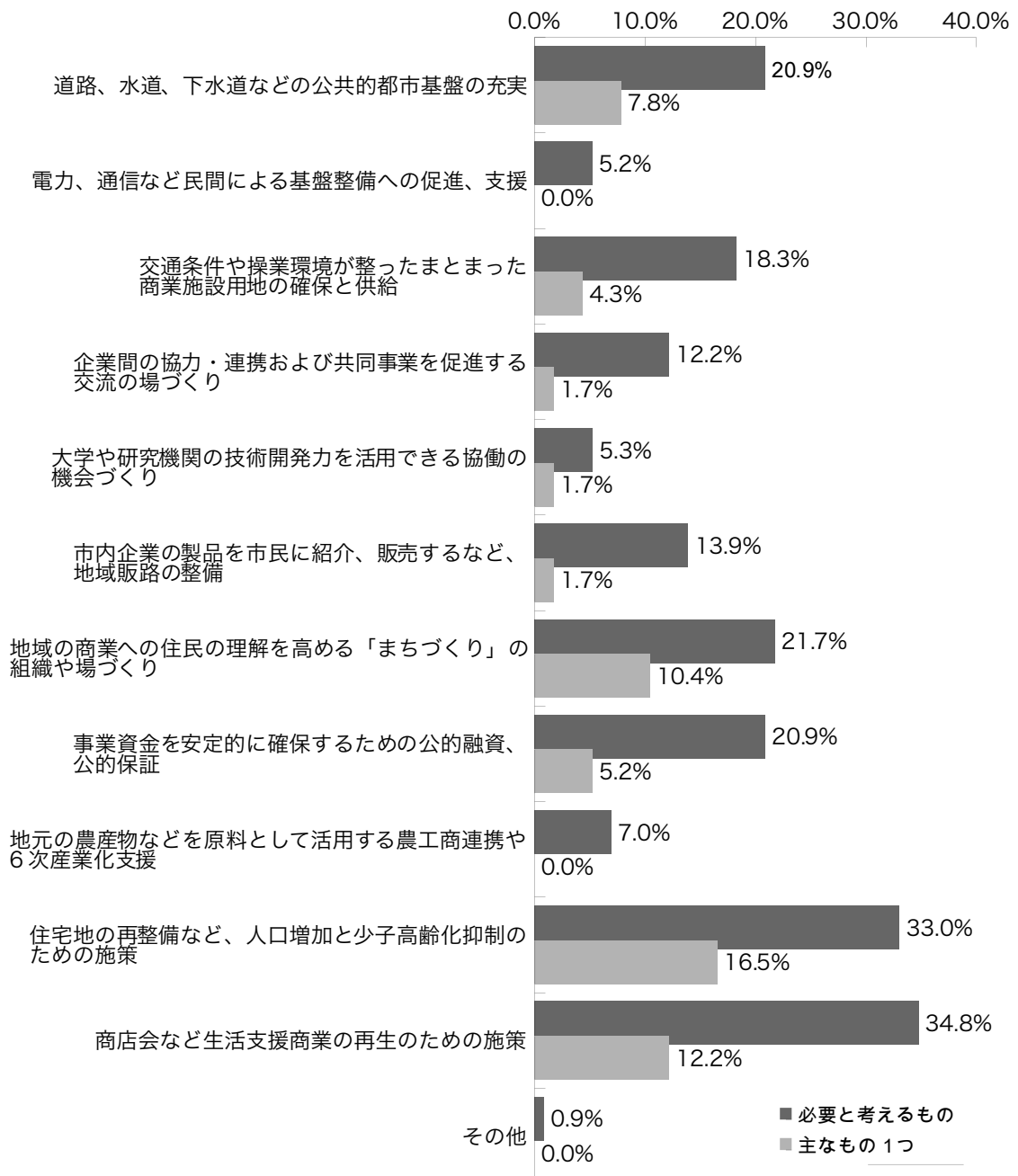
・「経験・関心あり」「関心なし」が相半ばする
・「関わっている」が 1 割強。内、約半数が「成果なし」

＜図 c-7　産業連携・産学連携について＞

5.産業振興施策の活用経験

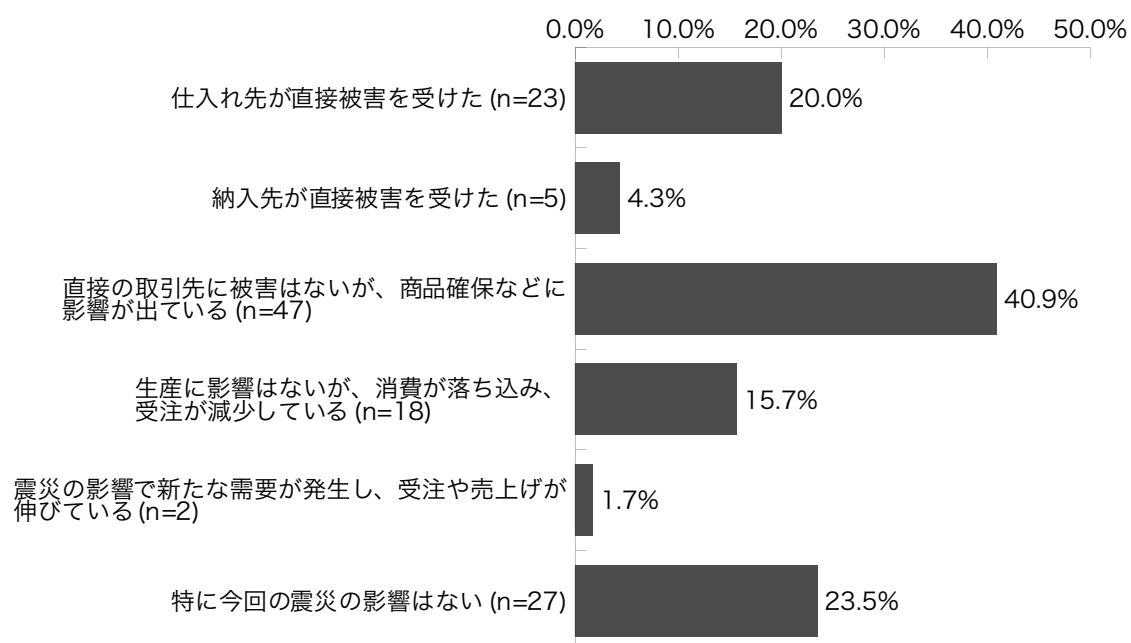
・「活用経験なし」が、約 6 割

＜図 c-8　産業振興施策の活用経験＞

6.重点とすべき産業支援施策

・「人口増加、少子化対策」が最も多い
・これに「まちづくり」「都市基盤」「商業用地」が次ぐ
・次点以下では、「資金」「地域販路」「交流の場」が比較的多い

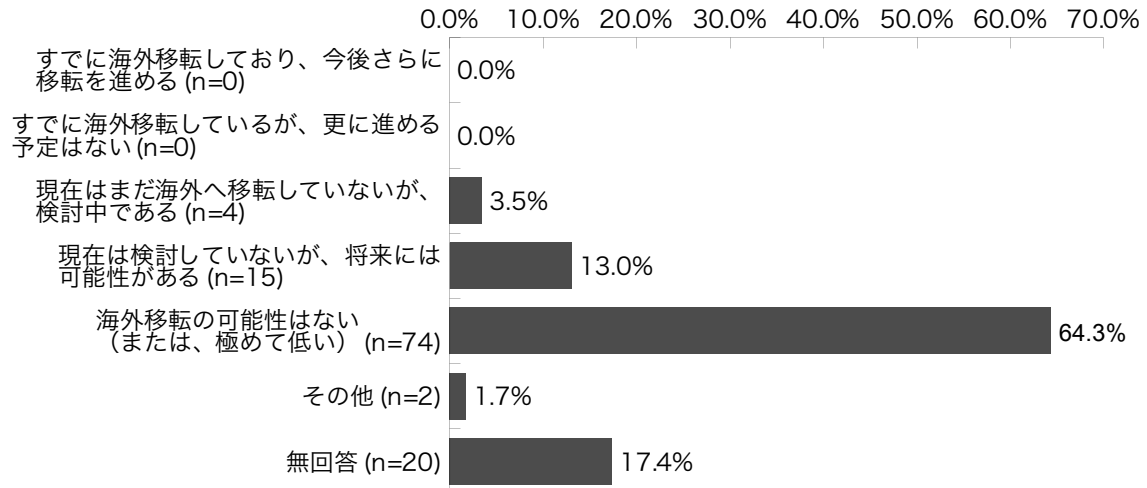
＜図 c-9　重点とすべき産業支援施策＞

7.東日本大震災の影響

・ほぼ８割が「何らかの影響」を受けている
・影響のほとんどは「マイナス」。半数は「商品確保」
・影響程度は-10%以下に多いが、-20%以上もある
・影響の現状は「継続」「終息」が、相半ばする

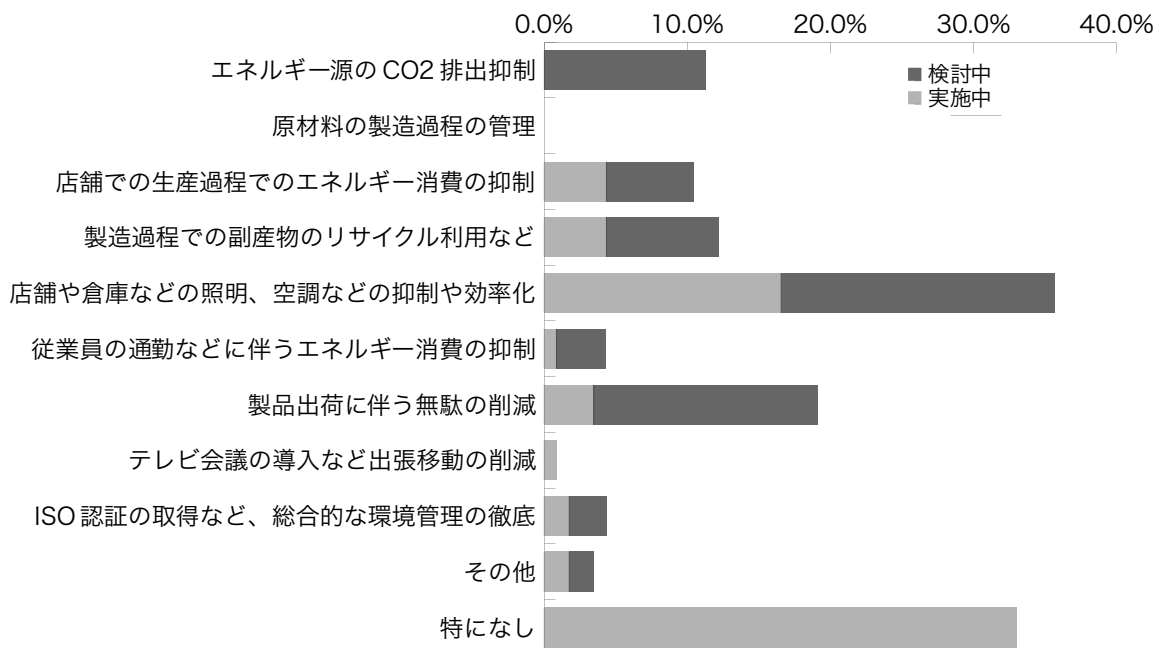
＜図 c-10　東日本大震災の影響＞

＜図 c-11　影響の推移＞

8.海外移転について

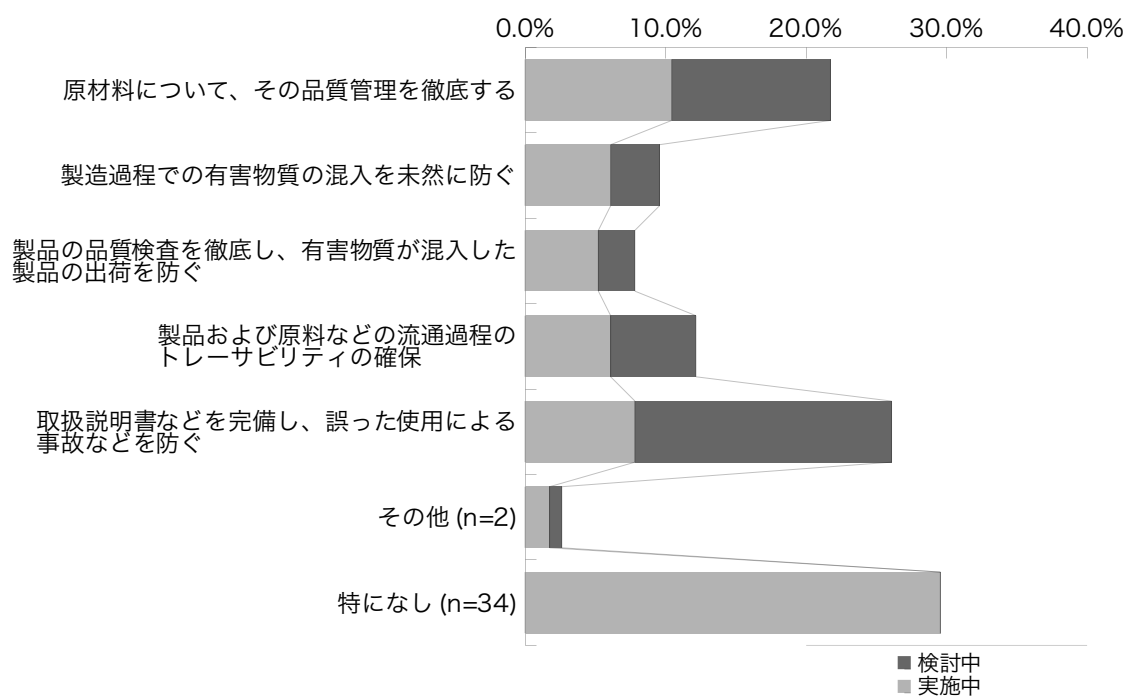
・すでに移転しているものは全くない
・6 割以上が「移転の可能性はない」

＜図 c-12　海外移転について＞

9.地球温暖化対策

・実施中は少ない
・「省エネ」が多く、「リサイクル」「業務効率化」がこれに次ぐ
・検討中では「エネルギー源」「通勤省エネ」がある

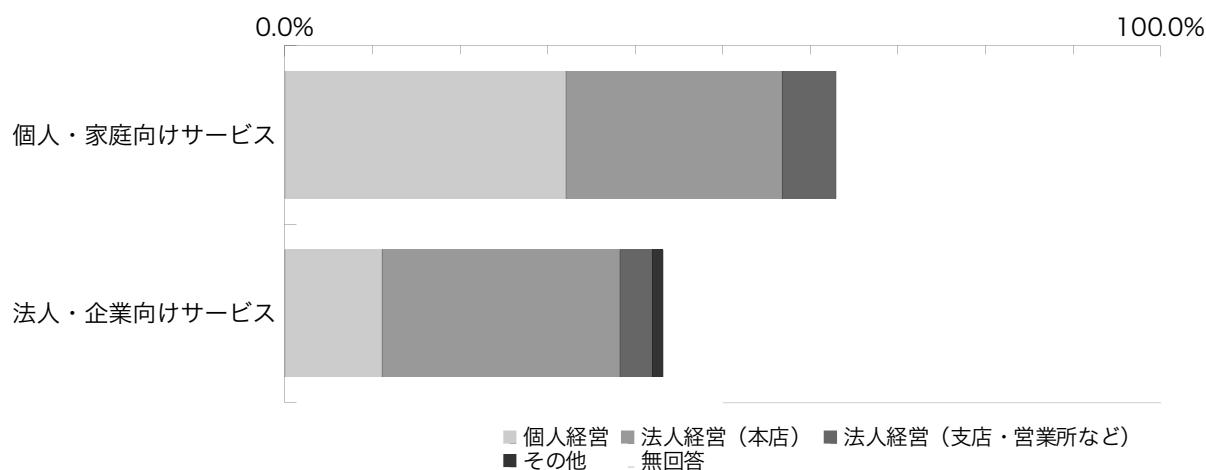
＜図 c-13　地球温暖化対策＞

10.消費者の安全性への関心への対応

・実施中では「原料品質」「事故防止」「混入防止」「トレーサビリティ」の順
・検討中では「事故防止」「原料品質」「トレーサビリティ」の順

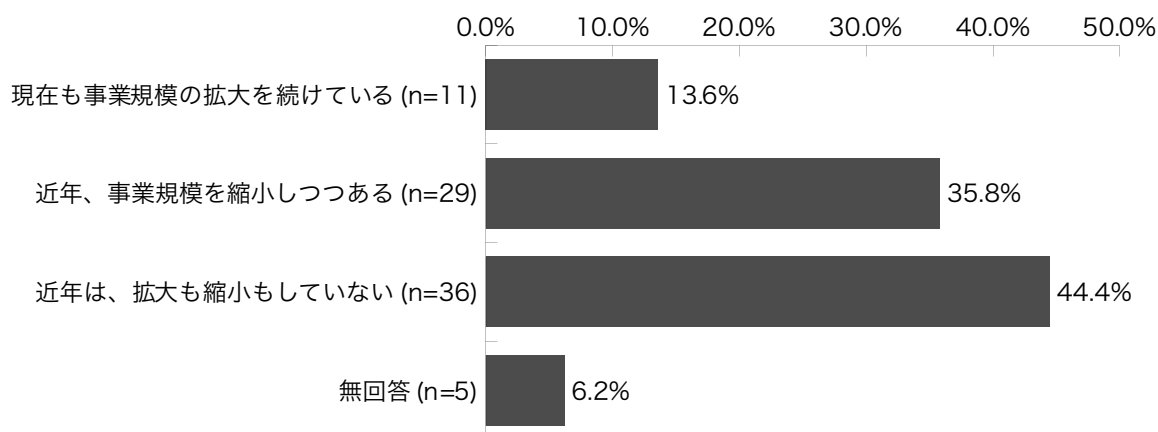
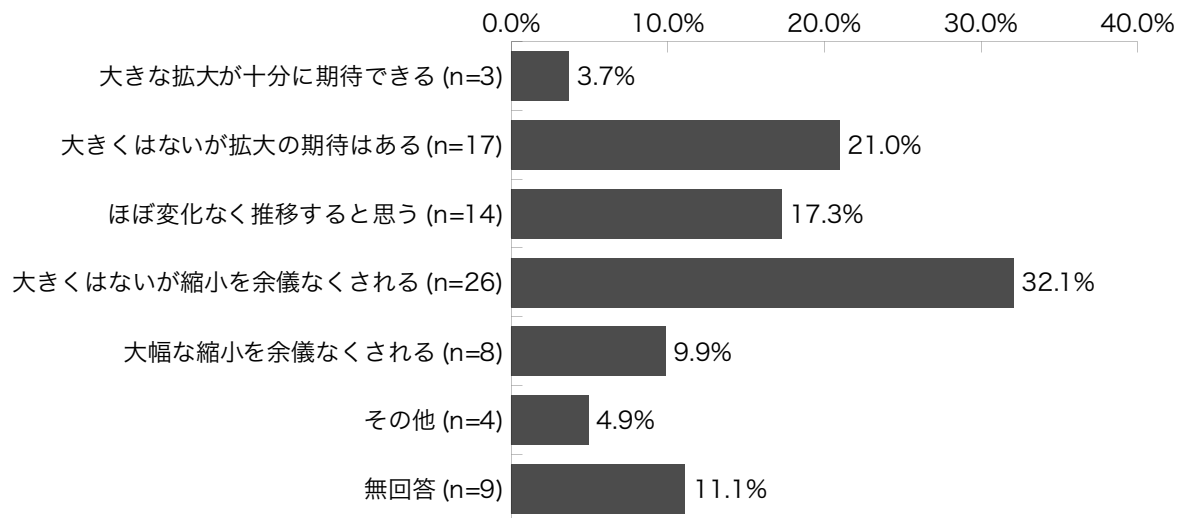
＜図 c-14　消費者の安全性への関心への対応＞

D.サービス業部門

1.回等事業所の属性分布

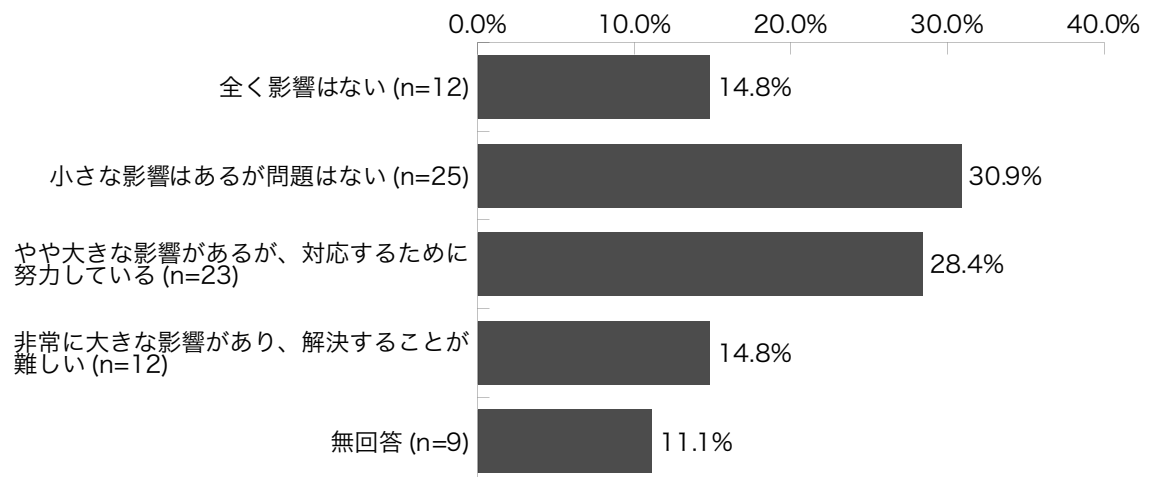
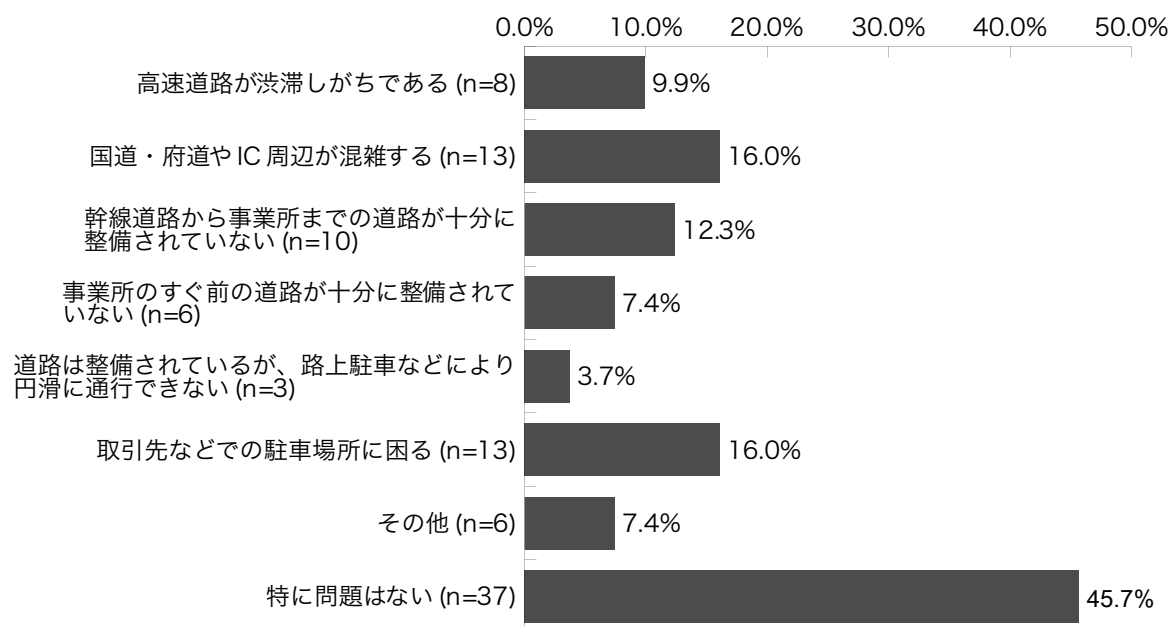
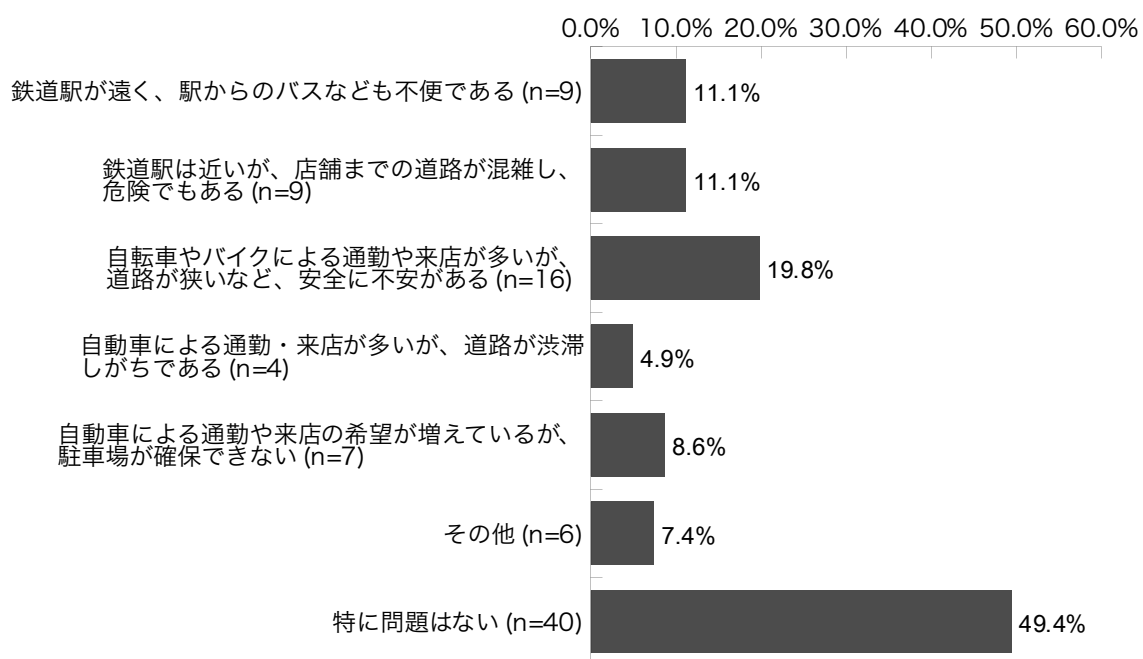
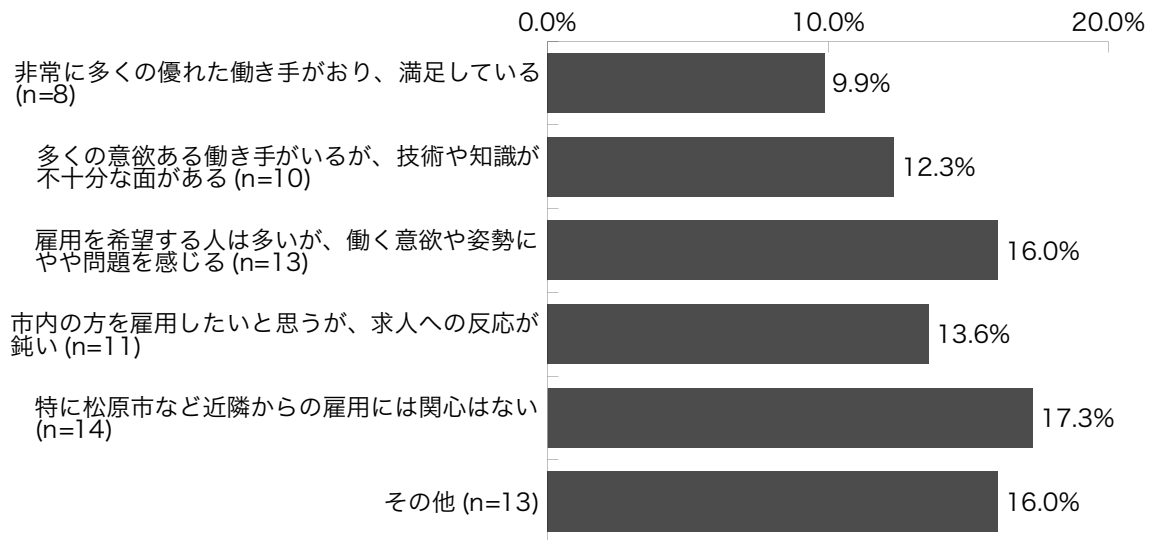
・個人家庭向けは、個人経営と法人経営がほぼ同数
・法人向けは、法人事業所が多い
・従業員規模が 1～2 人の小規模店舗が多い
・派遣利用は少なく、パート、アルバイトは 1～2 人が多い

＜図 d-1　経営形態＞

2.事業の拡大／縮小の傾向

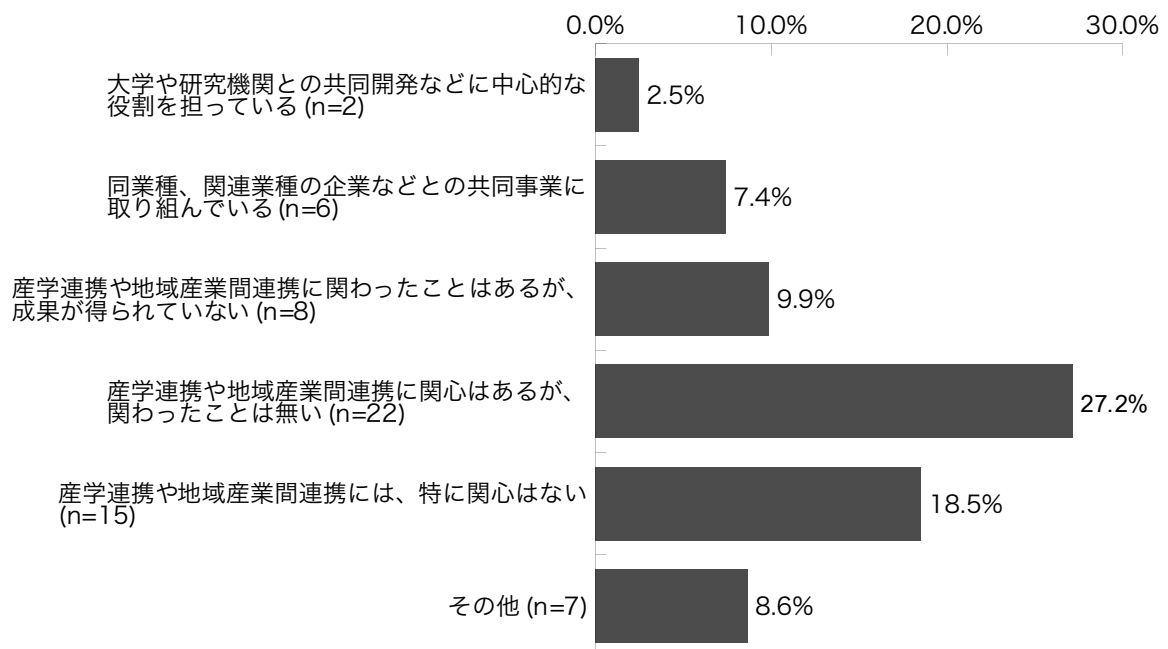
・拡大傾向の事業所よりも、縮小傾向の事業所が多い
・縮小開始時期は平成 10 年、20 年にピーク
・縮小規模はほぼ-5～-15%が多いが、-30%以上の減少も比較的多い
・今後の予測は、やや縮小側が多いが、約 1/4 が拡大を期待

＜図 d-2　事業の拡大／縮小の傾向について＞

＜図 d-3　今後の動向＞

3.事業環境について

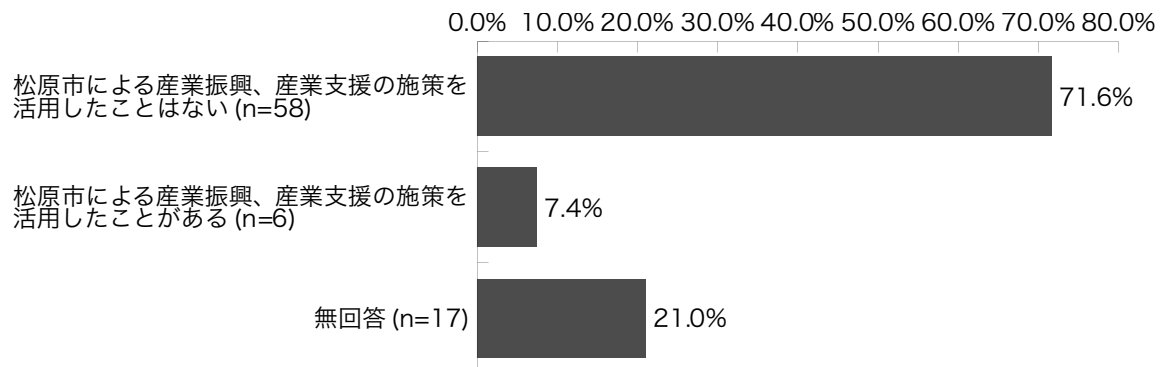
・人口減少や産業低迷は、４割以上が「大きな影響あり」
・業務交通は、「幹線の渋滞」「取引先駐車」「準幹線未整備」
・通勤来店交通は、「安全不安」「駅からの利便」「混雑危険」「来店駐車」
・従業員確保は、「希望多数も意欲・姿勢に問題」が多い
・情報技術は、「知識・技術の不足」が約４割と多い

＜図 d-4　事業環境について＞

＜図 d-5　交通の課題＞

＜図 d-6　通勤の課題＞

＜図 d-7　人材についての課題＞

4.産業連携・産学連携について

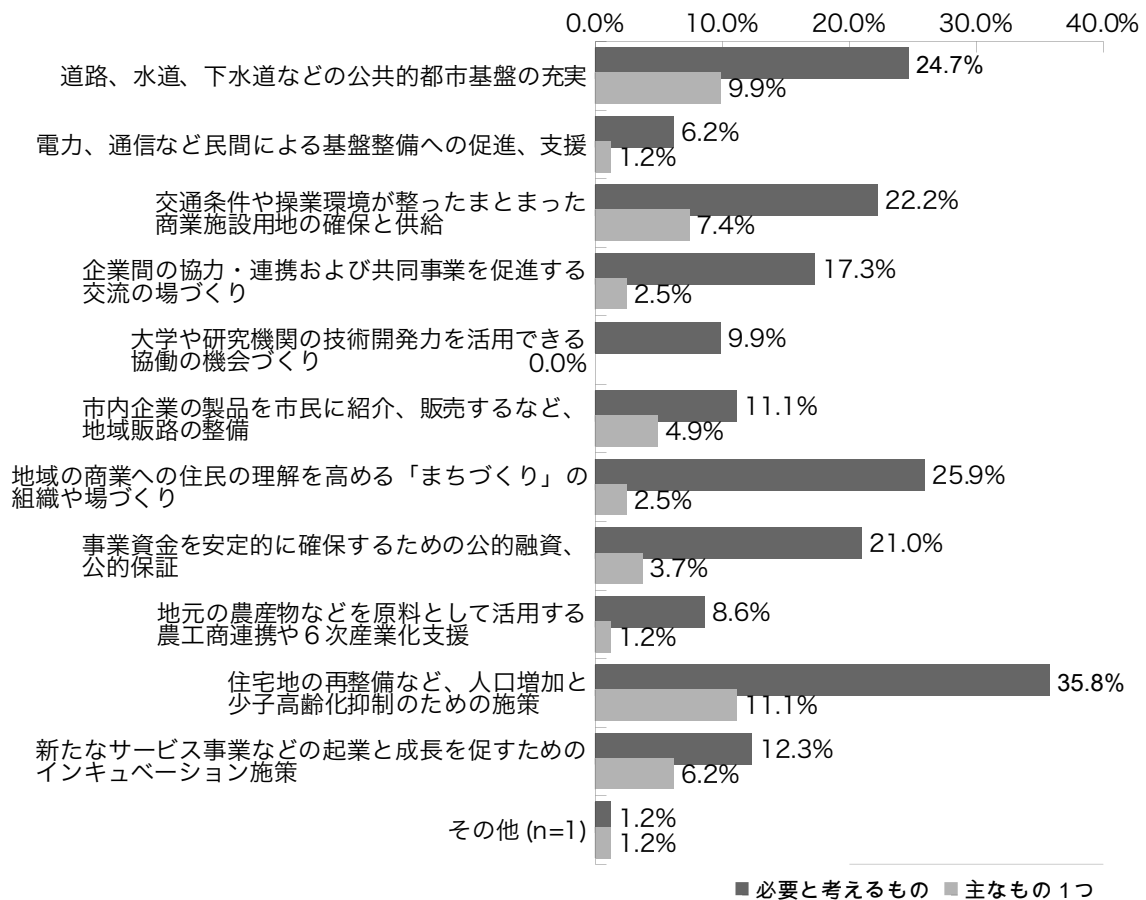
・「関心はあるが経験なし」が約３割と多い
・「経験あるが成果なし」が約１割

＜図 d-8　産業連携・産学連携について＞

5.産業振興施策の活用経験

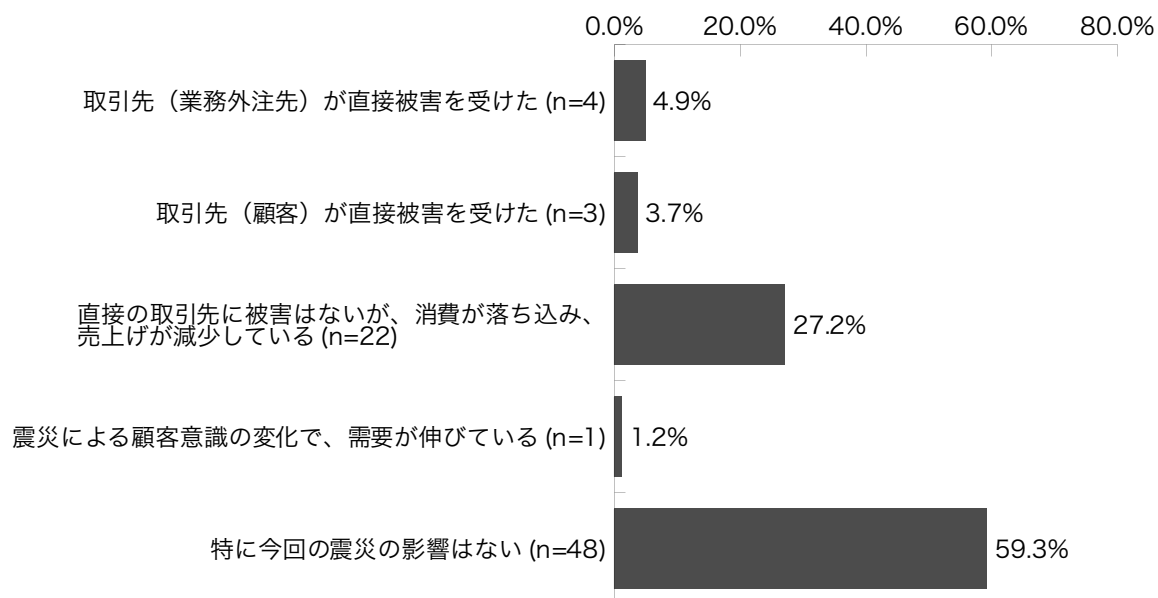
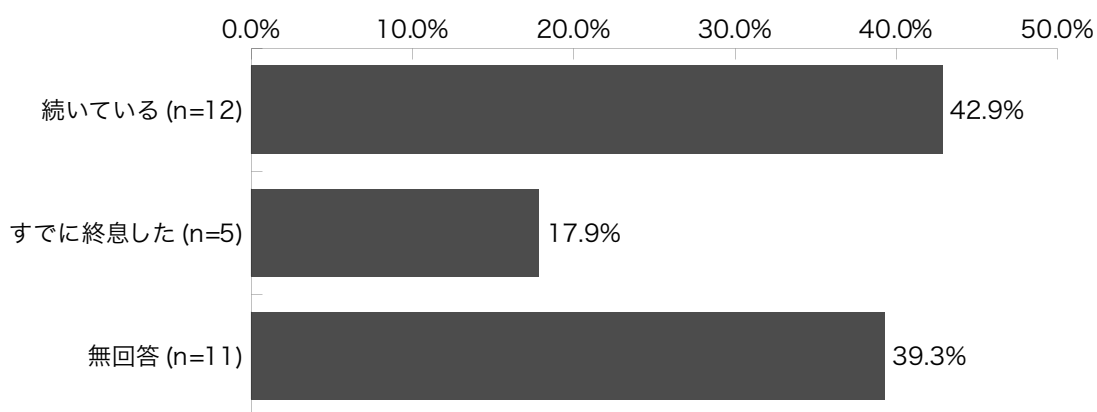
・「活用経験なし」が、約７割

＜図 d-9　産業振興施策の活用経験＞

6.重点とすべき産業支援施策

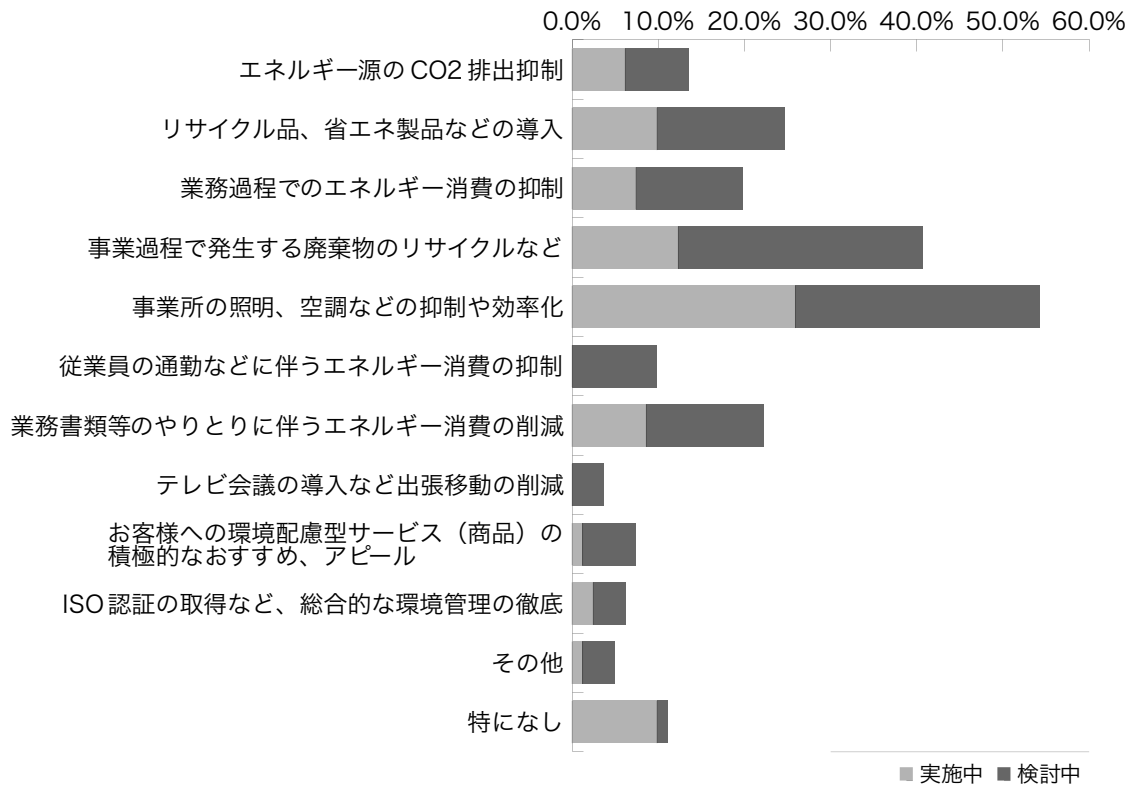
・「人口増加、少子化対策」が１割強と最も多い
・これに「都市基盤」「商業用地」「インキュベーション」「地域販路」が次ぐ
・次点以下では「まちづくり」「資金」「交流の場」が比較的多い

＜図 d-10　重点とすべき産業支援施策>

7.東日本大震災の影響

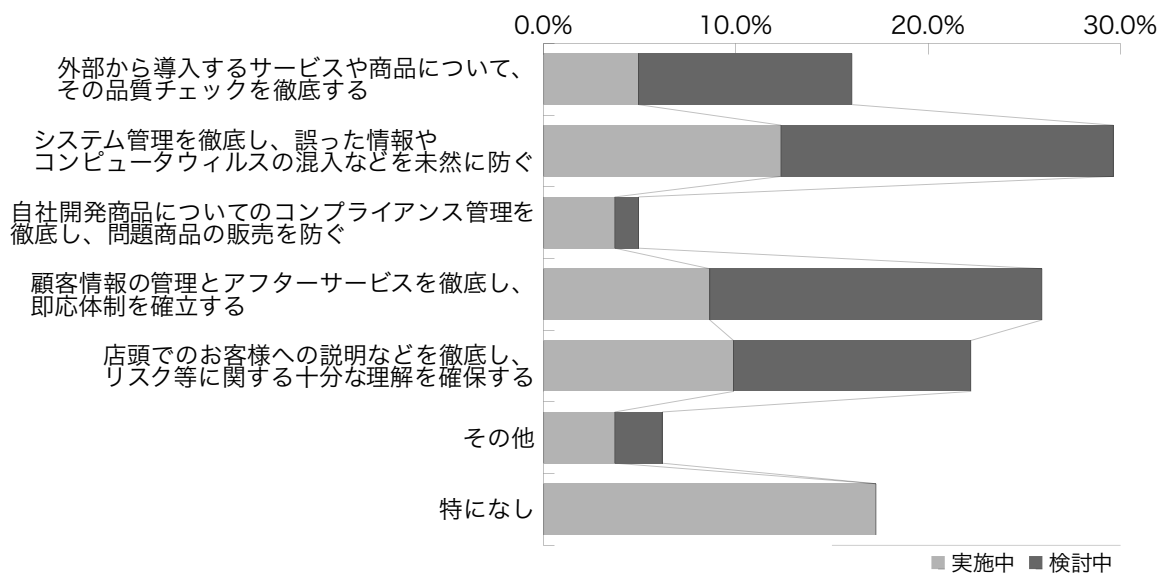
・ほぼ４割が「何らかの影響」を受けている
・影響のほとんどは「マイナス」。ほとんどが「間接的な売上減少」
・影響程度は「-20%」が最も大きいが、これが最も多い
・影響の現状は「継続」が「終息」の倍以上多い

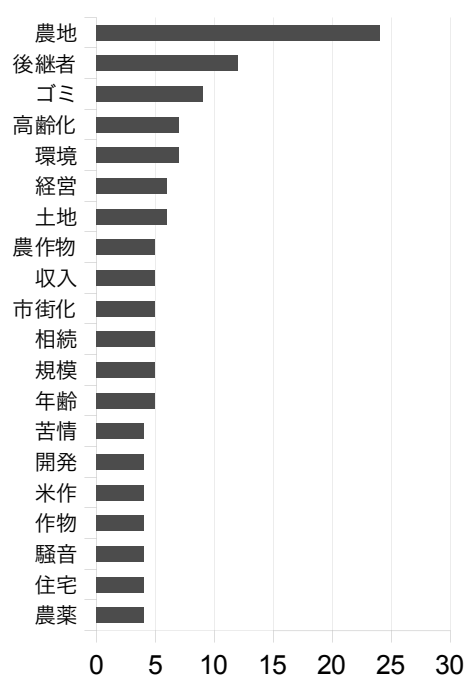
＜図 d-11　東日本大震災の影響＞

＜図 d-12　影響の継続状況＞

8.地球温暖化対策

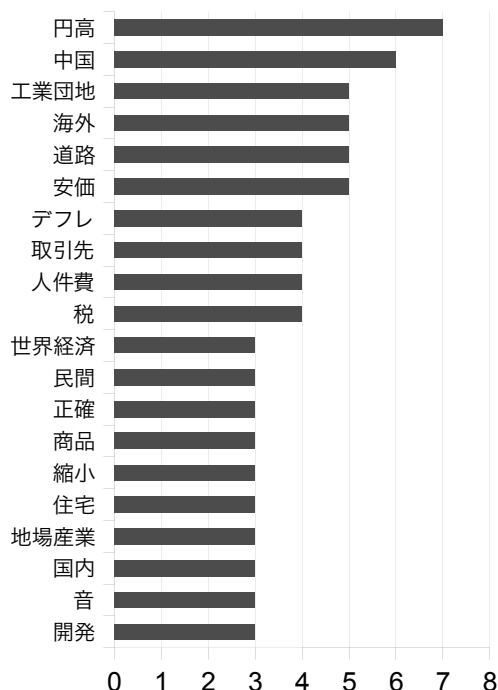
・実施中は「省エネ」「リサイクル」「機器効率化」が多い
・検討中も同様の傾向

＜図 d-13　地球温暖化対策＞

9.消費者の安全性への関心への対応

・実施中では「システム管理」「説明徹底」「アフターサービス」の順
・検討中も同様の傾向

＜図 d-14　消費者の安全性への関心への対応＞

E.自由回答の頻出語彙からのキーワード 20 と主な意見傾向

1.農業

農地：農地を縮小した／農地の環境保全／農地を借りたい
後継者：後継者がいない／子どもに農業をさせたくない
ゴミ：農地へのゴミ投棄／農業ゴミの処分が困難
高齢化：自身が高齢化／後継者も高齢化
環境：農地環境の悪化／良い環境を守りたい
経営：農業経営が困難／経営規模を縮小／将来の経営に不安
土地：土地を売却／土地を購入／（開発による）土地買収
農作物：農作物の価格／農作物の窃盗、いたずら
収入：農業収入では生計が立たない／収入が少ない
市街化：市街化を懸念／市街化（区域編入）を希望
相続：相続が発生／相続税が心配／相続のため売却
規模：小規模な農家への配慮／大規模な直販所
年齢：年齢による健康問題／年齢のため縮小
苦情：近隣からの苦情／煙、農薬散布への苦情
開発：開発が進む／開発が行われた／開発に期待
米作：米作のみ／米作収入は少ない／日照障害は米作に影響
騒音：耕耘機の騒音／騒音への苦情
住宅：住宅に囲まれている／住宅地からの苦情
農薬：農薬散布への苦情

2.工業

円高：円高で海外取引が縮小／円高で取引先が海外へ移転
中国：中国製品の台頭／生産拠点が中国へ／中国でもコスト高
工業団地：工業団地を整備／工業団地的な用地を安価に
海外：海外へ移転／大手企業の海外進出／売先の海外シフト
道路：幹線道路は充実／近隣の道路が狭い／
安価：安価な海外製品／用地を安価に
デフレ：海外製品流入によるデフレ／更なるデフレを懸念
取引先：取引先（の態度）に依存／取引先を拡大した
税：税金が高い／税が負担／輸入税問題でバングラディシュへ
世界経済：世界経済が不安定／世界経済の変化
民間：民間の努力も限界／市も民間並みの改革／民間資金活用
正確：相場を正確に読む／技術の正確さ／
商品：商品価格の維持／機能商品の開発／商品づくりのデータ
縮小：輸出が縮小／工場を縮小／生産部門を縮小
住宅：住宅との混在／住宅地内道路が狭い／住宅地開発に注意
地場産業：地場産業の紹介を／地場産業の発展に協力を
国内：国内市場が縮小／国内産業の空洞化
音：騒音への苦情
開発：自社製品を開発／共同開発を希望／住宅開発の規制

3.商業

商店街：商店街の集客力の減少／商店街の活性化に苦慮
人：人員の削減／ネットを利用する人の増加
景気：景気悪化／景気低迷／景気回復を見込めず
高齢化：少子高齢化／店主の高齢化／顧客の高齢化
活性化：商店街活性化／エンタメ施設で活性化／大型店で活性化
市民：市民の高齢化／市民のモラルアップ／市民を巻き込む
大型店：大型店の進出／大型店の乱立／大型店との競争激化
変化：生活習慣の変化／顧客年齢の変化／購買意識の変化
若い：若い人の消費変化／若い学生層に期待／若い世代を集める
人口減少：人口減少社会／人口減少は避けられない
整備：道路整備／歩道整備／住宅地整備／公共交通整備
スーパー：スーパーの進出／スーパーに改装／スーパーとの競争
地域：地域の個店の組織化／拠点地域づくり／地域に根ざす
行政：行政の役割／行政の指導力／行政への不満
小売店：小売店の生残り／小売店には手遅れ／小売店経営ゼミ
ニーズ：顧客のニーズ／FC へのニーズ／ニーズの流出
消費：消費額の減少／消費の低価格化／余暇消費の減少
お客様：お客様を取られる／お客様のニーズ／お客様への提案
消費者：消費者の満足度／消費者の意識変化／消費者との交流
年齢：年齢による限界／年齢により廃業／年齢構成の変化

4.サービス業

高齢化：人口高齢化／高齢化で需要減少／高齢化で時間に余裕
景気：景気悪化／景気低迷
整備：道路整備／サッカー場整備／住宅整備／医療整備
活性化：産業経済の活性化／小売の活性化／沿道市街化で活性化
大阪市：大阪市への近さ／大阪市の企業を顧客に／大阪市に依存
企業：大手企業の海外進出／小企業のニッチ／企業景気の悪化
市民：市民への周知／市民による発信／市民税の負担
少子化：少子化と人口減少／少子化による需要低迷
多様化：価値観の多様化／ニーズの多様化／商品の多様化
まちづくり：魅力的／計画的／個性ある／住み良いまちづくり
交通：交通の便が良い／交通安全の改善／交通量が多い
お客様：お客様の高齢化／お客様の安全／お客様のニーズ
年齢：自身の年齢の問題／顧客年齢の高齢化
施設：施設の増加／施設への入所／文化施設の活用
営業：営業努力／営業活動で顧客増加／営業活動を活発化
売上：売上の減少／売上が読める経営
営業活動：（営業と重複）
中小企業：中小企業の経営改善／中小企業の経営相談窓口
廃業：すでに廃業／廃業も近い／顧客が廃業